

Senin, 25 Oktober 2021

FM-CC-AAJI-006-00

Judul	Tingkatkan Literasi Keuangan Membantu Pemulihan Ekonomi
Nama Media	Investor.id
Newstrend	Literasi Keuangan & Asuransi
Halaman/URL	https://investor.id/finance/268030/tingkatkan-literasi-keuangan-membantu-pemulihan-ekonomi
Tanggal Berita	2021-10-22
Sentimen	Positif



Ketua Dewan Pengurus Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia Budi Tampubolon

Tingkatkan Literasi Keuangan Membantu Pemulihan Ekonomi

Jumat, 22 Oktober 2021 11:00 WIB
Windarto

Jakarta, Investor.id – Oktober selain dijadikan Bulan Inklusi Keuangan (BIK), juga ada tanggal penting bagi insan perasuransian yang diperingati sebagai Hari Asuransi. Karena itu, Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia bersama regulator serta pemangku kepentingan lainnya dalam industri keuangan non bank (IKNB) terus menguatkan komitmennya dalam mendorong literasi keuangan dan asuransi melalui berbagai kegiatan yang masif dengan melibatkan masyarakat dari berbagai kalangan.

Tahun ini AAJI dan anggota serta reasuransi mengadakan FinExpo-BIK 2021 secara daring yang diselenggarakan dari tanggal 18 Oktober sampai 2 November 2021. Bagi AAJI, kegiatan yang diselenggarakan oleh regulator industri keuangan dengan berbagai institusi Pemerintah dan perusahaan jasa keuangan (PUJK) ini merupakan bukti nyata sinergi dan kolektivitas seluruh pemangku kepentingan dalam meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya memiliki akses ke layanan jasa keuangan, termasuk perlindungan asuransi jiwa.

Ketua Dewan Pengurus Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) Budi Tampubolon meyakini bahwa kampanye inklusi dan literasi asuransi yang masif masih perlu dilakukan karena faktanya baru sekitar 6,5 % penduduk Indonesia yang saat ini memiliki perlindungan asuransi jiwa.

"Yang belum terduga banyak masyarakat, asuransi jiwa adalah salah satu cara paling efektif untuk mengatur keuangan masa depan. Ditambah dengan adanya risiko pandemi, masa depan masih menjadi sesuatu yang tidak dapat dipastikan oleh siapa pun. Di situlah pentingnya produk asuransi jiwa dalam melindungi semua orang dan keluarga tercinta dari berbagai risiko di masa depan," jelas Budi.

Menurutnya, 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-positif. Karena itu, meski masih dalam tantangan masa pandemi, AAJI bersama segenap insan asuransi Indonesia terus berupaya meningkatkan literasi asuransi, khususnya kepada kaum milenial sebagai generasi bangsa selanjutnya.

"Kampanye yang menasar generasi milenial ini adalah salah satu ikhtiar penting pemulihan ekonomi. Mereka adalah generasi emas yang berperan penting membangun perekonomian Indonesia di masa depan. Mudah-mudahan dengan perkembangan teknologi terkini dan meningkatnya kemampuan dalam memanfaatkan teknologi ini serta akses ke perlindungan asuransi, generasi milenial ini akan mendorong kualitas kehidupan bangsa kita di masa depan," ungkap Budi.

Judul	Dorong Literasi dan Inklusi Asuransi, AAJI Selenggarakan Pelatihan, Lomba Penulisan, dan Webinar Keuangan
Nama Media	Investor.id
Newstrend	Literasi Keuangan & Asuransi
Halaman/URL	https://investor.id/finance/268044/dorong-literasi-dan-inklusi-asuransi-aaji-selenggarakan-pelatihan-lomba-penulisan-dan-webinar-keuangan
Tanggal Berita	2021-10-22
Sentimen	Positif



Ketua Dewan Pengurus Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia Budi Tampubolon

Dorong Literasi dan Inklusi Asuransi, AAJI Selenggarakan Pelatihan, Lomba Penulisan, dan Webinar Keuangan

Jumat, 22 Oktober 2021 | 12:00 WIB
Windarto



Jakarta, Investor.id – Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) menggelar webinar mengenai strategi pengaturan keuangan di masa pandemi bagi kalangan milenial. Kegiatan ini bagian dari upaya AAJI untuk meningkatkan literasi keuangan bagi masyarakat. Acara yang dihadiri Direktur Eksekutif AAJI Togar Pasaribu ini menghadirkan pembicara Rista Zwestika Reni dan Mindfulness Practitioner Raden Prisyia.

Selain itu, AAJI juga menyelenggarakan lomba penulisan bagi dua segmen peserta yang berlangsung hingga akhir bulan ini. Bulan Oktober menjadi momentum penting bagi industri asuransi seiring dengan momentum peringatan Hari Asuransi yang ke-16 pada tanggal 18 Oktober lalu.

Menurut Ketua Dewan Pengurus AAJI Budi Tampubolon, melalui pertemuan online di berbagai program pelatihan, lomba penulisan dan webinar milenial, AAJI akan berfokus meningkatkan akses publik terhadap perlindungan asuransi jiwa. "Selain penguatan akses, ketersediaan produk layanan jasa keuangan, penggunaan, serta kualitas asuransi jiwa yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat adalah fokus AAJI bersama perusahaan anggota," imbuhnya.

Acara tersebut merupakan bagian dari rangkaian kegiatan AAJI untuk melakukan sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat Indonesia selama bulan Oktober akan pentingnya berasuransi demi masa depan yang lebih baik. Dengan tajuk "Inklusi Keuangan Untuk Semua, Bangkitkan Ekonomi Bangsa", AAJI telah memulai kampanyenya di awal bulan ini dengan pelatihan menulis karyawan dan tenaga pemasar perusahaan anggota serta masyarakat umum.

Sementara terkait tema Hari Asuransi kali ini adalah "Literasi Asuransi Untuk Negeri, Kenali - Pahami - Miliki". "Pesan saya kepada semua teman-teman, produk asuransi jiwa memberikan perlindungan atas kerugian finansial yang timbul akibat ketidakpastian. Sehingga kekuatan asuransi justru bukanlah untuk semata-mata mencari keuntungan di masa kini saja, tapi justru untuk memastikan masa depan yang lebih baik," tutup Budi.

Editor : **Maswin** (maswin@investor.co.id)

Judul	Warga Pemilik Asuransi Jiwa Hanya 6,5 Persen
Nama Media	Kompas
Newstrend	Literasi Keuangan & Asuransi
Halaman/URL	10
Tanggal Berita	2021-10-23
Sentimen	Positif

Warga Pemilik Asuransi Jiwa Hanya 6,5 Persen

Data Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) menunjukkan baru 6,5 persen penduduk Indonesia yang terlindungi asuransi jiwa. Ketua Dewan Pengurus AAJI Budi Tambolon mengatakan, literasi dan inklusi layanan jasa keuangan, khususnya asuransi, perlu terus ditingkatkan agar semakin banyak masyarakat yang dapat memetik manfaat jasa asuransi jiwa. "Yang belum terlalu dipahami masyarakat, asuransi jiwa adalah salah satu cara paling efektif untuk mengatur keuangan masa depan. Ditambah dengan adanya risiko pandemi, masa depan masih menjadi sesuatu yang tak dapat dipastikan oleh siapa pun. Di situlah pentingnya produk asuransi jiwa dalam melindungi keluarga dari berbagai risiko di masa depan," ujar Budi dalam keterangannya, Kamis (21/10/2021).

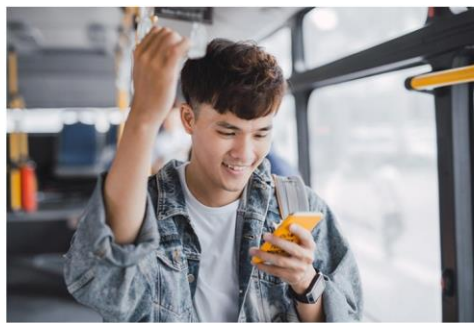
(BKY)

Judul	Baru 6,5% Masyarakat Memiliki Perlindungan Asuransi Jiwa
Nama Media	Youngster.id
Newstrend	Literasi Keuangan & Asuransi
Halaman/URL	https://youngster.id/news/baru-65-masyarakat-memiliki-perlindungan-asuransi-jiwa/
Tanggal Berita	2021-10-23
Sentimen	Positif

Baru 6,5% Masyarakat Memiliki Perlindungan Asuransi Jiwa

23 Oktober 2021 in News Reading Time: 2 mins read

0



Teknologi telah menambah ke industri asuransi. (Foto: Shutterstock/youngster.id)



Fit Hub
ALL CLUB
MEMBERSHIP PACKAGE
FREE CLASSES AND PROGRAMS EVERYDAY!

Indonesia's Affordable Gym

Your Newest Premium Gym is Here!
Price starting Rp 215.000 / Month *Valid This Month

Fit Hub Indonesia [Open](#)

Berbagai risiko kehidupan di masa sulit seperti saat ini bisa menghambat pelaksanaan rencana yang sudah disusun untuk masa depan. Karena itu dibutuhkan perlindungan keuangan termasuk asuransi. Namun faktanya baru sekitar 6,5 % penduduk Indonesia yang saat ini memiliki perlindungan asuransi jiwa.

Ketua Dewan Pengurus Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) Budi Tampubolon mengatakan, dengan perlindungan asuransi yang lebih baik, Budi meyakini proses pemulihan ekonomi saat pandemi akan mampu berjalan lebih stabil-positif.

"Yang belum terlalu dipahami banyak masyarakat, asuransi jiwa adalah salah satu cara paling efektif untuk mengatur keuangan masa depan. Ditambah dengan adanya risiko pandemi, masa depan masih menjadi sesuatu yang tidak dapat dipastikan oleh siapa pun. Di situlah pentingnya produk asuransi jiwa dalam melindungi semua orang dan keluarga tercinta dari berbagai risiko di masa depan," jelas Budi dalam keterangannya Jumat (22/10/2021).

Menurut Budi, AAJI bersama segenap insan asuransi Indonesia terus berupaya meningkatkan literasi asuransi, khususnya kepada kaum millennial sebagai generasi bangsa selanjutnya.

"Kampanye menyasar generasi millennial ini adalah salah satu ikhtiar penting pemulihan ekonomi. Mereka adalah generasi emas yang berperan penting membangun perekonomian Indonesia di masa depan. Mudah-mudahan dengan perkembangan teknologi terkini dan meningkatnya kemampuan dalam memanfaatkan teknologi ini serta akses ke perlindungan asuransi, gen millennial ini akan mendorong kualitas kehidupan bangsa kita di masa depan," ungkap Budi.

Dengan tajuk "Inklusi Keuangan Untuk Semua, Bangkitkan Ekonomi Bangsa", AAJI telah memulai kampanyenya di awal bulan ini dengan pelatihan menulis karyawan dan tenaga pemasar perusahaan anggota serta masyarakat umum. Selain itu, AAJI juga menyelenggarakan lomba penulisan bagi dua segmen peserta yang berlangsung hingga akhir bulan ini. Bulan Oktober menjadi momentum penting bagi industri asuransi seiring dengan momentum peringatan Hari Asuransi yang ke-16 pada tanggal 18 Oktober lalu.

"Tema Hari Asuransi kali ini adalah "Literasi Asuransi Untuk Negeri, Kenali – Pahami – Miliki". Pesan saya kepada semua teman-teman, produk asuransi jiwa memberikan perlindungan atas kerugian finansial yang timbul akibat ketidakpastian. Sehingga kekuatan asuransi justru bukanlah untuk semata-mata mencari keuntungan di masa kini saja, tapi justru untuk memastikan masa depan yang lebih baik," tutup Budi.

Judul	BERITA FOTO – Pendapatan Premi
Nama Media	Investor Daily
Newstrend	Pendapatan Premi Produk Unitlink Semester I/2021
Halaman/URL	8
Tanggal Berita	2021-10-23
Sentimen	Positif



Beritasatu Photo/Uthan AR

Pendapatan Premi

Petugas mengecek suhu karyawan di kantor Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) di Jakarta, beberapa waktu lalu. Berdasarkan data AAJI per semester I/2021, pendapatan premi produk unit-link industri asuransi jiwa mencapai Rp64,44 triliun atau tumbuh 17 persen dibandingkan periode yang sama tahun lalu. Kontribusinya mencapai 62 persen terhadap total pendapatan premi industri asuransi jiwa.

Judul	Investasi SBN Rp 92 Triliun, Asuransi Jiwa Dukung Program Pemerintah
Nama Media	Investor.id
Newstrend	Total Investasi SBN Asuransi Jiwa Per Agustus 2021
Halaman/URL	https://investor.id/finance/268266/investasi-sbn-rp-92-triliun-asuransi-jiwa-dukung-program-pemerintah
Tanggal Berita	2021-10-25
Sentimen	Positif



Investasi SBN Rp 92 Triliun, Asuransi Jiwa Dukung Program Pemerintah

Sumber: <https://investor.id/finance/268266/investasi-sbn-rp-92-triliun-asuransi-jiwa-dukung-program-pemerintah>

Manfaat Aji Risk Hingga

JAKARTA, investor.id - Industri asuransi jiwa lewat penempatan investasinya berkontribusi untuk terus mendukung pemerintah menjalankan berbagai program pembangunan nasional. Hal itu dibuktikan dengan kontribusi investasi surat berharga negara (SBN) dari industri asuransi jiwa mencapai Rp 92,72 triliun hingga Agustus 2021.

Statistik Ciptaan Jiwa Keuangan (CJIK) mengungkapkan, aset investasi 100% tumbuh 24,85% secara year to date (ytd) dan meningkat 21,05% secara year on year (yoy) per Agustus 2021. Instrumen itu mencapai 18,03% dari total aset investasi asuransi jiwa.

Pertumbuhan portofolio investasi SBN tersebut turut mendorong total aset investasi asuransi jiwa menjadi sebesar Rp 456,35 triliun. Nilai itu naik ke tumbuh 3,66% (ytd) dan naik 8,20% (yoy).



Direktur Eksekutif Aji Tegar Pasandji, Ketua Komite, Institut dan Asosiasi Asuransi (yang lebih lanjut ke semua sektor keuangan) dan juga Ketua Komite Asuransi dan Asuransi

Direktur Eksekutif Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) Tegar Pasandji pun menyampaikan, data tersebut yang diadopsi dari 60 perusahaan anggota memenuhi bahwa total investasi pada SBN mengalami peningkatan kontribusi sebesar 0,7% (yoy). Kontribusi naik dari 17,3% pada semester I 2020 menjadi 18,0% di semester I 2021.

"Soliditas portofolio industri asuransi jiwa dalam instrumen SBN merupakan bukti komitmen kami dalam membantu langkah Pemerintah melakukan berbagai program pembangunan nasional. Peningkatan kontribusi SBN terhadap total investasi antara lain disebabkan adanya regulasi yang mewajibkan industri asuransi jiwa memiliki investasi pada instrumen SBN sebesar 50%," kata Tegar kepada Investor Daily, pekan lalu.

Menurut dia, kondisi tersebut membuat minat industri asuransi jiwa terhadap portofolio investasi SBN jadi meningkat cukup signifikan. Namun demikian, AAJI juga berharap pemerintah akan memastikan proses instrumen investasi SBN khusus untuk industri asuransi jiwa, mengingat ketangkasan akan produk instrumen investasi SBN sempat terget di pasar uang Indonesia.

"AAJI berharap regulator dan pembuat kebijakan akan terus mendukung industri asuransi jiwa agar bisa tetap berada di zona positif sehingga mampu berkontribusi dalam upaya menjaga stabilitas perekonomian. Dana yang dikelola industri asuransi jiwa ini diharapkan bisa membawa dampak positif secara sistemik, bukan hanya ke pasar modal dan SBN, namun juga bagi perekonomian Indonesia," ungkap Tegar.

Dia menilai, industri asuransi jiwa turut berkontribusi menjaga stabilitas pasar modal yang kini terus menunjukkan sinyal pemulihan. Salah satu indikatornya adalah peningkatan premi investasi, premi reasuransi, dan lainnya di semester I 2021 ini yang mencatatkan tren positif. "Itakanya pun optimisme akan pemulihan ekonomi bisa terus berlanjut."

Tren positif positif ditandai dengan total pendapatan dari berbagai lini usaha asuransi jiwa yang telah mengalami pertumbuhan sebesar 64,2% dibandingkan periode yang sama di tahun 2020. Imbal hasil dari kegiatan investasi juga memberikan pertumbuhan positif yang sangat signifikan. "Ada di semester pertama tahun lalu asuransi jiwa mencatatkan kerugian sebesar Rp 21,65 triliun, maka sebaliknya terjadi di semester satu tahun ini," ucap dia.

Tegar menambahkan, AAJI mencatat total aset asuransi jiwa telah mengalami pertumbuhan sebesar 14,8% (yoy), dengan nilai mencapai Rp 585,21 triliun pada semester I 2021. Data AAJI juga menunjukkan bahwa total investasi industri asuransi jiwa pada semester I 2021 mencapai Rp 517,20 triliun, tumbuh sebesar 10,1% (yoy).

Dia berharap kondisi perekonomian akan semakin membaik sehingga stabilitas industri bisa tercapai dan pertumbuhan positif aset senantiasa terjaga.

"Pertumbuhan total aset menjadi indikator membaiknya kondisi pasar keuangan setelah tekanan pandemi Covid-19 selama tahun 2020. Hal ini berbanding dengan indeks yang mencatatkan nilai 5.985,49 pada akhir semester I 2021 (per 30 Juni 2021), meningkat sekitar 22% dari tahun sebelumnya," lanjut dia.

Selain SBN, pertumbuhan aset investasi asuransi jiwa mayoritas didukung dari kegiatan investasi jenis saham dan reksa dana. Hingga semester I 2021, alokasi investasi saham adalah 26,1% dan secara nilai tumbuh 26,3% (yoy). Sedangkan alokasi investasi reksa dana yaitu sebesar 31,4% dan tumbuh 16,0% (yoy).

"Terutama, karena pasar modal akan sangat terkait dengan kesehatan ekonomi makro Indonesia. Dan yang tak kalah penting, kami berharap agar proses vaksinasi serta pengendalian pandemi bisa terus berjalan dengan optimal agar Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) bisa berjalan secara cepat dan lancar," ujar Tegar.

Dia menambahkan, kesuksesan bersama dalam mengatasi dua variabel tersebut tentu akan sangat mempengaruhi kinerja pasar modal Indonesia. Hal yang pasti menurut Tegar, AAJI dan seluruh pelaku industri asuransi jiwa akan senantiasa

Judul	Investasi SBN Rp 92 Triliun, Asuransi Jiwa Dukung Program Pemerintah
Nama Media	Investor Daily
Newstrend	Total Investasi SBN Asuransi Jiwa Per Agustus 2021
Halaman/URL	23
Tanggal Berita	2021-10-25
Sentimen	Positif

Investasi SBN Rp 92 Triliun, Asuransi Jiwa Dukung Program Pemerintah

JAKARTA – Industri asuransi jiwa lewat penempatan investasinya berkomitmen untuk terus mendukung pemerintah melanjutkan berbagai program pembangunan nasional. Hal itu direalisasikan lewat kontribusi investasi surat berharga negara (SBN) dari industri asuransi jiwa mencapai Rp 92,72 triliun hingga Agustus 2021.

Oleh **Prisma Ardianto**

Statistik Otoritas Jasa Keuangan (OJK) memaparkan, aset investasi SBN tumbuh 24,89% secara *year to date* (ytd) dan meningkat 21,09% secara *year on year* (yoy) per Agustus 2021. Instrumen itu mencakup 18,68% dari total aset investasi asuransi jiwa. Pertumbuhan portofolio investasi SBN tersebut turut mendorong total aset investasi asuransi jiwa menjadi Rp 496,39 triliun. Nilai itu tumbuh 3,06% (ytd) dan naik 8,50% (yoy).

Direktur Eksekutif Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) Togar Pasaribu pun menyampaikan, data asosiasi yang dirangkum dari 60 perusahaan anggota menemukan total investasi pada SBN mengalami peningkatan kontribusi sebesar 0,7% (yoy). Kontribusi naik dari 17,8% pada semester I-2020 menjadi 18,6% pada semester I-2021.

"Solidnya partisipasi industri asuransi jiwa dalam instrumen SBN merupakan bukti komitmen kami dalam memperkuat langkah pemerintah melanjutkan berbagai program pembangunan saat ini. Peningkatan kontribusi SBN terhadap total investasi antara lain disebabkan adanya regulasi yang mewajibkan industri asuransi jiwa memiliki investasi pada instrumen SBN sebesar 30%," kata Togar kepada *Investor Daily*, pekan lalu.

Menurut dia, kondisi tersebut membuat minat industri asuransi jiwa terhadap portofolio investasi SBN jadi meningkat signifikan. Namun demikian, AAJI juga berharap pemerintah akan meluncurkan produk instrumen investasi SBN khusus untuk industri asuransi jiwa, mengingat kelangkaan akan produk instrumen investasi SBN sempat terjadi di pasar uang Indonesia.



Togar Pasaribu

"AAJI berharap regulator dan pembuat kebijakan akan terus mendukung industri asuransi jiwa agar bisa tetap berada di zona positif, sehingga mampu berkontribusi dalam upaya menjaga stabilitas perekonomian. Dana yang dikelola industri asuransi jiwa ini diharapkan bisa membawa dampak positif secara sistemik, bukan hanya ke pasar modal dan SBN, namun juga bagi perekonomian Indonesia," ungkap Togar.

Dia menilai, industri asuransi jiwa turut berkomitmen menjaga stabilitas pasar modal yang kini telah menunjukkan sinyal pemulihan. Salah satu indikatornya adalah pendapatan premi, investasi, premi reasuransi, dan lainnya pada semester I-2021 yang mencatatkan tren positif. Pihaknya pun optimis akan pemulihan ekonomi bisa terus berlanjut.

"Tren stabil-positif ditandai dengan total pendapatan dari berbagai lini usaha asuransi jiwa yang telah mengalami pertumbuhan sebesar 64,6% dibandingkan periode yang sama tahun 2020. Imbal hasil dari kegiatan



AAJI berharap regulator dan pembuat kebijakan akan terus mendukung industri asuransi jiwa agar bisa tetap berada di zona positif, sehingga mampu berkontribusi dalam upaya menjaga stabilitas perekonomian. Dana yang dikelola industri asuransi jiwa ini diharapkan bisa membawa dampak positif secara sistemik, bukan hanya ke pasar modal dan SBN, namun juga bagi perekonomian Indonesia.

Togar Pasaribu

investasi juga menorehkan pertumbuhan positif yang signifikan. Jika pada semester pertama tahun lalu asuransi jiwa mencatatkan kerugian sebesar Rp 21,65 triliun, maka kebalikannya terjadi pada semester satu tahun ini," ucap dia.

Pertumbuhan Aset

Togar memaparkan, AAJI mencatat total aset asuransi jiwa telah mengalami pertumbuhan sebesar 14,8% (yoy),

dengan nilai mencapai Rp 585,21 triliun pada semester I-2021. Data AAJI juga menunjukkan bahwa total investasi industri asuransi jiwa pada semester I-2021 mencapai Rp 517,03 triliun, tumbuh sebesar 16,1% (yoy).

Dia berharap kondisi perekonomian akan semakin membaik sehingga stabilitas industri bisa tercapai dan pertumbuhan positif aset senantiasa terjaga. "Pertumbuhan total aset menjadi indikator membaiknya kondisi pasar keuangan setelah tekanan pandemi Covid-19 selama tahun 2020. Hal ini terlihat dari IHSG yang mencatatkan nilai 5.985,49 pada akhir semester I-2021 (per 30 Juni 2021), meningkat sekitar 22% dari tahun sebelumnya," imbuh dia.

Selain SBN, pertumbuhan aset investasi asuransi jiwa mayoritas disokong dari kinerja investasi jenis saham dan reksa dana. Hingga semester I-2021, alokasi investasi saham adalah 28,1% dan secara nilai tumbuh 26,3% (yoy). Sedangkan alokasi investasi reksa dana yakni sebesar 32,4% dan tumbuh 16,0% (yoy).

"Tentunya, kinerja pasar modal akan sangat terkait dengan kesehatan ekonomi makro Indonesia. Dan yang tak kalah penting, kami berharap agar proses vaksinasi serta pengelolaan pandemi bisa terus berjalan dengan optimal agar Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) bisa berjalan secara cepat dan lancar," ujar Togar.

Dia menegaskan, kesuksesan bersama dalam mengelola dua variabel tersebut tentu akan sangat mempengaruhi kinerja pasar modal Indonesia. Hal yang pasti, menurut Togar, AAJI dan segenap pelaku industri asuransi jiwa akan senantiasa berpatokan pada tata kelola investasi yang baik dan berusaha sekuat tenaga mendukung pemerintah dalam mewujudkan stabilitas ekonomi yang stabil-positif di masa depan.

Judul	Produk Asuransi Unit Link Bermasalah Diminta Ditindak
Nama Media	Medcom.id
Newstrend	Aduan Nasabah Unitlink
Halaman/URL	https://www.medcom.id/ekonomi/keuangan/Rb1zM13k-produk-asuransi-unit-link-bermasalah-diminta-ditindak
Tanggal Berita	2021-10-21
Sentimen	Netral

HOME — EKONOMI — KEUANGAN



Ilustrasi: Foto: Medcom.id

Produk Asuransi Unit Link Bermasalah Diminta Ditindak

Ekonomi ■ asuransi ■ investasi ■ DPR RI

Husen Miftahudin • 21 Oktober 2021 22:11

Jakarta: Wakil Ketua DPR Bidang Ekonomi dan Keuangan Sufmi Dasco Ahmad meminta aparat untuk menindak produk asuransi bermasalah. Hal ini setelah ia menerima keluhan dan aduan dari masyarakat terkait maraknya kasus kerugian investasi nasabah produk asuransi unit link.

"Saya fikir, dalam persoalan ini, nasabah tidak bisa disalahkan 100 persen dan pihak perusahaan asuransi juga tidak bisa dibenarkan 100 persen," kata dia dalam keterangan tertulis, Kamis, 21 Oktober 2021.

Ia menambahkan, dalam prakteknya penyampaian produk asuransi unit link oleh agen marketing asuransi hanya terfokus pada penyampaian ilustrasi hasil investasi yang menggurukan. Dengan begini, tidak sedikit nasabah yang merasa terkelabui.



Bagaimana tanggapan anda mengenai artikel ini?

Happy Inspire Confuse Sad

Ia meminta aparat mendalami persoalan yang sudah banyak masyarakat dirugikan. Bila perlu, kata dia, aparat berwenang mengambil tindakan tegas guna membantu masyarakat agar dana nasabahnya tersebut dapat dikembalikan, sebagaimana mestinya.

Lebih lanjut, Sufmi Dasco menjelaskan, persoalan yang kerap muncul adalah para agen asuransi yang menawarkan produk unit link seringkali hanya menggunakan ilustrasi dengan asumsi hasil investasi yang tinggi.

"Jadi, pada saat ditawarkan oleh agen marketing yang ditekankan adalah ilustrasi keuntungan dari investasi, lalu tanda tangan ilustrasi dan membayar, kemudian barulah polis asuransi datang. Nah, polis itu selain tulisannya kecil-kecil dan dokumennya banyak, jadi tidak di baca lagi, karena kan ilustrasinya sudah dijelaskan dan juga sudah ditandatangani," jelas dia.

Dalam prakteknya diketahui produk asuransi yang dianggap asuransi hari tua atau asuransi kesehatan, ternyata bukan asuransi, tetapi diinvestasikan. Ia juga meminta Otoritas Jasa Keuangan (OJK) agar segera membuat aturan teknis yang lebih komperhensif dan ketat terkait dengan hal tersebut.

"Secara keseluruhan perkembangan unit link ini luar biasa. Apa yang diperlukan? Adanya regulasi teknis yang mengatur secara lebih komperhensif dan ketat guna menjamin kepastian hukum dan kepentingan bersama, baik itu perusahaan asuransi maupun nasabah atau pemegang polis," pungkasnya.

Judul	Dasco Desak Polri Tindak Tegas Asuransi
Nama Media	Banpos.co
Newstrend	Aduan Nasabah Unitlink
Halaman/URL	https://banpos.co/2021/10/22/dasco-desak-polri-tindak-tegas-asuransi/
Tanggal Berita	2021-10-22
Sentimen	Netral

Dasco Desak Polri Tindak Tegas Asuransi

Jumat, 22 Oktober 2021



4 70 [facebook](#) [twitter](#) [whatsapp](#)

Pembersih Kerak Toilet WC

Pembersih kerak kamar mandi hanya dikuas jadi seperti baru lagi

JAKARTA, BANPOS – Wakil Ketua DPR Sufmi Dasco Ahmad menerima keluhan dan aduan dari masyarakat terkait dengan masih maraknya kasus kerugian investasi nasabah asuransi yang terhubung dengan produk asuransi (unit link).

"Saya pikir, dalam persoalan ini, nasabah tidak bisa disalahkan 100 persen dan pihak perusahaan asuransi juga tidak bisa dibilang 100 persen," ujarnya, Kamis (21/9).

BACA JUGA

- Politik Uang Suba Desa
- Pilkades Tanpa Gangguan Signifikan
- Catatan untuk Demokrasi Desa

Soalnya, dalam praktiknya, penyampaian produk asuransi unit link oleh agen marketing asuransi hanya terfokus pada penyampaian ilustrasi hasil investasi yang menggiurkan. "Sehingga tidak sedikit nasabah yang merasa terkelabu," imbuh Dasco.

Karena ada pihak-pihak yang merasa dirugikan, Ketua Harian Partai Gerindra ini meminta pihak kepolisian untuk mendalami persoalan tersebut.

Asuransi Mobil

DIJAMIN TERHEMAT

All Risk Mulai

Rp 3.050.000/tahun

Rp 1.982.500/tahun

500+ Bengkel Rekanan

Urus Mobil s.d 15 Tahun

Klaim Mudah Semua Kerusakan

CEK SEKARANG

Bahkan, bila perlu, korps baju cokelat diminta mengambil tindakan tegas agar dana nasabah tersebut dapat dikembalikan sebagaimana mestinya. Dasco menjelaskan, persoalan yang kerap muncul adalah para agen asuransi yang menawarkan produk unit link seringkali hanya menggunakan ilustrasi dengan asumsi hasil investasi yang tinggi.

"Lalu tanda tangan ilustrasi dan membayar, kemudian barulah polis asuransi datang. Nah, polis itu selain tulisannya kecil-kecil dan dokumennya banyak, jadi tidak di baca lagi, karena kan ilustrasinya sudah dijelaskan dan juga sudah ditandatangani," jelas Dasco.

Belakangan diketahui, yang dianggap asuransi hari tua atau asuransi kesehatan, ternyata bukan asuransi. Tetapi, diinvestasikan. Parahnya lagi, dalam beberapa kasus, penawaran produk asuransi unit link, counter-nya bersebelahan dengan customer service (CS) di dalam sebuah bank. Tak jarang juga, CS bank sendiri yang menawarkan unit link kepada calon nasabah. Jadi, banyak masyarakat yang berasumsi, bahwa produk unit link adalah produk bank.

"Daripada menyimpan uang di produk unit link yang berisiko tinggi bahkan merugi, maka lebih baik, simpan uangnya di bawah bantal saja atau di bank, seperti biasa," ucap Dasco, menyiratkan pendapat salah satu korban yang merasa dirugikan produk asuransi unit link.

Terakhir, Wakil Ketua DPR Bidang Ekonomi dan Keuangan ini menilai, maraknya produk asuransi unit link yang dikeluhkan oleh masyarakat harus menjadi catatan serius bagi Otoritas Jasa Keuangan (OJK) agar segera membuat aturan teknis yang lebih komprehensif dan ketat terkait dengan hal tersebut.

"Secara keseluruhan perkembangan unit link ini luar biasa. Apa yang diperlukan? Adanya regulasi teknis yang mengatur secara lebih komprehensif dan ketat guna menjamin kepastian hukum dan kepentingan bersama, baik itu perusahaan asuransi maupun nasabah atau pemegang polis," tutup Dasco. [TIF/PBN/RMD]

Judul	Yuk, Pahami Profil Dan Risiko Asuransi "UNIT LINK "
Nama Media	Kompas
Newstrend	Edukasi Calon Nasabah Unitlink
Halaman/URL	13
Tanggal Berita	2021-10-23
Sentimen	Netral

Yuk, Pahami Profil dan Risiko Asuransi "Unit Link"

Pernahkah Anda menerima tawaran produk asuransi yang berbalut dengan investasi atau yang dikenal dengan *unit link*? Sebelum memutuskan membeli, pahami profil dan risikonya terlebih dahulu.

Asuransi pada dasarnya adalah jenis produk keuangan yang berfungsi untuk memberikan proteksi atau perlindungan dari risiko yang bisa menimpa kita, seperti sakit, kecelakaan, bencana, ataupun kematian. Seiring dengan perkembangan, produk asuransi memberikan fitur tambahan untuk memudahkan konsumen yang ingin mendapatkan proteksi sekaligus ingin berinvestasi melalui *unit link* atau produk asuransi yang dikaitkan dengan investasi (PAYDI).

Sebagaimana investasi, calon konsumen harus memahami risiko fluktuasi investasi pada *unit link*. Berdasarkan pengaduan terbanyak terkait *unit link* yang disampaikan ke OJK adalah *mis-selling*. Konsumen merasa produk yang digunakannya tidak sesuai dengan harapan dan kebutuhannya. Hal ini dapat disebabkan dua hal utama, yaitu konsumen tidak memahami sepenuhnya produk yang digunakannya atau cara penawaran dan penjualan yang tidak baik. Untuk itu, konsumen harus memanfaatkan haknya untuk mendapatkan penjelasan sedetail mungkin, baik dari agen mau-

pun pihak yang menawarkan.

Nah, sebelum Anda memutuskan untuk membeli asuransi *unit link*, pahami dulu profil dan risiko asuransi berikut ini.

Pertama, produk asuransi *unit link* merupakan jenis produk asuransi untuk memenuhi kebutuhan proteksi dan investasi. Sebagai suatu produk asuransi, manfaat utama *unit link* adalah untuk proteksi. Manfaat investasi pada *unit link* merupakan nilai tambah atas produk tersebut dibandingkan produk asuransi tradisional atau produk investasi murni.

Kedua, untuk mendapatkan manfaat proteksi, pemegang polis akan dikenai biaya sesuai dengan jenis proteksi yang dipilih. Biaya tersebut akan mengurangi porsi investasi yang dapat dinikmati pemegang polis. Apabila proteksi yang dipilih konsumen beragam, biaya asuransi yang dibebankan semakin besar dan akibatnya porsi yang dapat diinvestasikan semakin kecil.

Ketiga, pemegang polis perlu memahami bahwa investasi memiliki risiko naik dan turun nilainya, bergantung pada jenis investasi yang dipilih. Biasanya perusahaan asuransi akan menawarkan jenis-jenis investasi yang dapat dipilih, seperti saham, efek pendapatan tetap, cam-puran, dan properti.

Keempat, pahami hak dan

INVESTASI

LYDIA NURJANAH
Otoritas Jasa Keuangan



kewajiban konsumen dalam polis asuransi. Perusahaan asuransi akan memberikan *free look period* bagi konsumen untuk dapat mempelajari isi polis dengan baik. Dalam masa itu, konsumen dapat membatalkan perjanjian apabila tidak menyetujui ketentuan dalam polis.

Tips memilih asuransi "unit link"

Pertama, pastikan produk dan perusahaan asuransi terdaftar dan diawasi OJK. Cek ke kontak 157 melalui telepon 157 atau Whatsapp 081 157 157 157. Kedua, sesuaikan de-

ngan kebutuhan proteksi finansial dan kemampuan membayar polis. Untuk mendapatkan manfaat proteksi, pemegang polis akan dikenai biaya sesuai dengan jenis proteksi yang dipilih dan mengurangi porsi investasi yang dapat dinikmati pemegang polis.

Ketiga, pahami risiko investasi dalam asuransi *unit link*. Asuransi *unit link* merupakan kombinasi asuransi dan investasi yang memiliki risiko fluktuasi, naik dan turun nilainya, bergantung pada jenis investasi yang dipilih.

Keempat, pahami hak dan

kewajiban konsumen dalam polis asuransi. Baca dengan teliti apakah risiko-risiko yang diproteksi telah sesuai dengan kebutuhan yang didiskusikan dengan agen. Pahami risiko yang dijamin, risiko yang dikecualikan, kewajiban pembayaran premi dan konsekuensi keterlambatan, prosedur pelaporan klaim dan dokumen yang dibutuhkan, serta prosedur pengaduan. Perusahaan asuransi akan memberikan *free look period* bagi konsumen untuk dapat mempelajari isi polis dengan baik. Dalam masa itu, konsumen dapat membatalkan perjanjian apabila tidak menyetujui ketentuan dalam polis.

Kelima, gunakan agen pemasaran bersertifikasi khusus. Beli asuransi *unit link* kepada pihak yang berkompeten seperti agen yang tersertifikasi dari Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) atau pi-alang asuransi. Asuransi bukan multilevel marketing (MLM) dan konsumen bukan agen pemasaran. Waspadai iming-iming komisi besar.

Keenam, evaluasi polis secara berkala disesuaikan dengan kebutuhan proteksi dan investasi. Apabila diperlukan, dapat dimintakan perubahan jenis proteksi dan pilihan investasi.

Yuk, bijak memilih produk keuangan. Kenali terlebih dahulu kebutuhan dan kemampuan Anda dan pahami risikonya.

Judul	Pandemi Covid-19 menyebabkan kebutuhan dana bagi nasabah asuransi meningkat
Nama Media	Kontan.co.id
Newstrend	Pertumbuhan Klaim Surrender Asuransi Jiwa Per September 2021
Halaman/URL	https://keuangan.kontan.co.id/news/pandemi-covid-19-menyebabkan-kebutuhan-dana-bagi-nasabah-asuransi-meningkat
Tanggal Berita	2021-10-23
Sentimen	Netral

KEUANGAN /

Pandemi Covid-19 menyebabkan kebutuhan dana bagi nasabah asuransi meningkat

Sabtu, 23 Oktober 2021 / 22:00 WIB

[Facebook](#) [Twitter](#) [Instagram](#) [LinkedIn](#) [WhatsApp](#) [Email](#)



Reporters: Selvi Mayasari | Editor: Handoyo

KONTAN.CO.ID - JAKARTA. Pandemi Covid-19 tampaknya menyebabkan kebutuhan dana bagi nasabah asuransi terus meningkat. Hal ini tampak dari peningkatan nilai pembatalan polis sebelum waktunya atau nilai tebus (*surrender*) pada industri asuransi jiwa.

Berdasarkan data Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) hingga semester I 2021 yang lalu, tercatat data klaim *surrender* asuransi jiwa mengalami peningkatan sebesar 9,3% secara year on year (yoy) dari Rp 42,29 triliun menjadi Rp 42,26 triliun. Capaian tersebut juga lebih tinggi dari semester I di tahun 2019, yang belum terjadi pandemi, dengan nilai klaim *surrender* sebesar Rp 42,76 triliun.

Adapun, klaim nilai tebus ini juga mengiati yang berkontribusi paling besar dan total manfaat klaim yang dibayarkan pada periode yang sama sebesar 56%. Di urutan kedua, ada klaim partial withdrawal yang berkontribusi 13%, serta nilainya juga meningkat 61% yoy menjadi Rp 9,7 triliun.

BNi Life, salah satu perusahaan Asuransi Jiwa yang juga mencatat pertumbuhan total klaim *surrender* hingga September 2021. Yaku sekitar 25 ribu, atau sekitar 5% dari total polis *inforce* dan sekitar 10% dari pertambahan polis baru.

"Kami terus berupaya untuk meningkatkan kualitas tenaga pemasaran, kualitas *advice* yang digunakan, dan komunikasi yang jelas melalui *story telling* ke nasabah sehingga nasabah dapat lebih memahami produk yang dibeli dan jenis dana yg dipilih," kata Direktur Utama BNi Life Iwan Poesia kepada KONTAN.CO.ID, Kamis (21/10).

Iwan mengatakan, yang mengembalikan klaim *surrender* umumnya berasal dari portofolio UL. Iniahnya melihat kebutuhan akan proteksi asuransi akan sampai tinggi ke depan. BNi Life terus berupaya untuk menciptakan produk yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan.

"Khusus untuk produk UL, kami terus berupaya untuk meningkatkan kualitas tenaga pemasaran, kualitas *advice* yang digunakan, dan komunikasi yang jelas melalui *story telling* ke nasabah sehingga nasabah dapat lebih memahami produk yang dibeli dan jenis dana yang dipilih," ungkap Iwan.

Duga Juga: [BNi Life tetapkan pendapatan premi untuk Rp 1,58 triliun sampai akhir 2021](#)

Sampai dengan akhir tahun 2021 BNi Life memproyeksikan klaim *surrender* terus tumbuh meskipun kondisi pandemi memberikan tantangan tersendiri.

Sebagai gambaran, sampai dengan September 2021, BNi Life membayarkan premi sebesar Rp 440 triliun, atau tumbuh 10% yoy. "Kami berharap angka terus bertambah sampai dengan akhir tahun secara selektif pada portofolio yang dapat memberikan *profitability* yang memadai, sehingga dapat menopang tahun 2022 dengan pertumbuhan premi dan laba di atas industri Asuransi Jiwa," imbuh Iwan.

Sementara itu, Generali Indonesia mengaku, nilai tebus (*surrender*) atau pendafatan polis industri asuransi memang ada khususnya pada polis *single premium* yang sudah jatuh tempo. Kendati demikian, Chief Marketing Officer Generali Vivin Arianti tidak menyebutkan lebih jauh berapa pertumbuhannya.

"Untuk polis *regular premium unit link (RPLU)* juga tetap ada, namun tidak signifikan. Jumlahnya sendiri masih cenderung tidak jauh berbeda dengan *surrender* yang terjadi di kuarter sebelumnya," kata Vivin.

Kedepannya, ia berharap masyarakat bisa lebih bijak jika ingin mengambil keputusan *surrender* pembatalan polis, karena mengingat kondisi pandemi masih terus berlanjut kebutuhan akan proteksi asuransi masih sangat diperlukan untuk melindungi risiko yang mungkin terjadi.

"Tentu kita berharap nilai *surrender* akan semakin kecil yang berarti potensi orang untuk menghentikan proteksinya juga semakin kecil. Karena kita tau bencana, pandemi belum usai dan penting aset ini memiliki proteksi untuk keamanan finansial keluarga," tambah Vivin.

Vivin menyebut, seiring dengan semakin meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya proteksi, memajukan kondisi ekonomi dan iklim investasi, pihaknya merasa nilai *surrender* juga akan semakin kecil.

"Kami berharap masyarakat juga bisa lebih bijak plus berencana menghentikan perlindungan mereka, karena kita tidak bisa mengetahui apa yang akan terjadi di masa depan. Proteksi akan selalu penting untuk meminimalisir risiko," tandas Vivin.

Sementara itu, PT BNI Life Insurance (BNI Life) justru mengalami penurunan klaim *surrender*. Sampai dengan September 2021 total klaim *surrender* tercatat lebih dari Rp 620 miliar, mengalami penurunan sebesar lebih dari 3% apabila dibandingkan dengan periode yang sama tahun lalu.

"Jumlah klaim *surrender* sampai dengan September 2021 didominasi dari produk *unitlink* sebesar 77% dari sisanya dari produk tradisional," jelas GM of Contact, Legal & Compliance BNI Life Arty Henendo.

Menurut Arty, dengan meningkatnya pandemi dan kondisi ekonomi serta semakin banyak masyarakat yang mengerti akan pentingnya memiliki asuransi jiwa di masa pandemi ini, pihaknya memproduksi bahwa ke depan tren klaim *surrender* akan menurun atau memang dibandingkan tahun sebelumnya.

"Kami optimis perusahaan dapat mencapai target premi tahun ini dan berharap tren penurunan klaim *surrender* akan terus berlanjut hingga akhir tahun. Hal ini sejalan dengan banyaknya nasabah yang menega polisinya untuk tetap aktif agar terproteksi atau dilindungi oleh asuransi jiwa," ujar Arty.

Judul	Klaim Tebus Polis Asuransi Jiwa Masih Terus Meningkat
Nama Media	Tribun Medan
Newstrend	Pertumbuhan Klaim Surrender Asuransi Jiwa Per September 2021
Halaman/URL	4
Tanggal Berita	2021-10-23
Sentimen	Netral



KONTAN/CAROLUS AGUS WALUYO

ASURANSI - Pembatalan polis sebelum waktunya atau nilai tebus (surrender) pada industri asuransi jiwa masih terus meningkat.

Klaim Tebus Polis Asuransi Jiwa Masih Terus Meningkat

JAKARTA, TRIBUN - Pandemi Covid-19 tampaknya menyebabkan kebutuhan dana bagi nasabah asuransi terus meningkat. Hal ini tampak dari peningkatan nilai pembatalan polis sebelum waktunya atau nilai tebus (surrender) pada industri asuransi jiwa. Berdasarkan data Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) hingga semester I-2021 yang lalu, tercatat data klaim surrender asuransi jiwa mengalami peningkatan sebesar 2,5 persen secara year-on-year (yoy) dari Rp 42,29 triliun menjadi Rp 43,35 triliun. Capaian tersebut juga lebih tinggi dari semester I di tahun 2019, yang belum terjadi pandemi, dengan nilai klaim surrender sebesar Rp 42,76 triliun.

Adapun, klaim nilai tebus ini juga menjadi yang berkontribusi paling besar dari total manfaat klaim yang dibayarkan pada periode yang sama sebesar 58 persen. Di urutan kedua, ada klaim partial withdrawal yang berkontribusi 13 persen serta nilai lainnya juga meningkat 61 persen yoy menjadi Rp 9,77 triliun. BRI Life, salah satu perusahaan Asuransi Jiwa yang juga mencatat pertumbuhan total klaim surrender hingga September 2021. Yaitu sekitar 25 ribu, atau sekitar 5 persen dari total polis inforce dan sekitar 10 persen dari pertambahan polis baru.

"Kami terus berupaya untuk meningkatkan kualitas tenaga pemasaran, kualitas tools yang digunakan, dan komunikasi yang jelas melalui story telling ke nasabah sehingga nasabah dapat lebih memahami produk yang dibeli dan jenis dana yg dipilih," kata Direktur Utama BRI Life Iwan Palsila kepada kontan.co.id, Kamis (21/10).

Iwan mengatakan, yang mengembalikan klaim surrender umumnya berasal dari portofolio UL. Pihaknya melihat kebutuhan akan proteksi asuransi akan sangat tinggi ke depan.

BRI Life terus berupaya untuk menciptakan produk yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan. "Khusus untuk produk UL, kami terus berupaya untuk meningkatkan kualitas tenaga pemasaran, kualitas tools yang digunakan, dan komunikasi

yang jelas melalui story telling ke nasabah sehingga nasabah dapat lebih memahami produk yang dibeli dan jenis dana yang dipilih," ungkap Iwan.

Sampai dengan akhir tahun 2021 BRI Life memroyeksikan klaim surrender terus tumbuh meskipun kondisi pandemi memberikan tantangan tersendiri. Sebagai gambaran, sampai dengan September 2021, BRI Life membukukan premi sebesar Rp 4,89 triliun, atau tumbuh 10 persen yoy.

"Kami berharap untuk terus bertumbuh sampai dengan akhir tahun secara selektif pada portofolio yang dapat memberikan profitability yang memadai, sehingga dapat menutup tahun 2021 dengan pertumbuhan premi dan laba di atas industri Asuransi Jiwa," imbuh Iwan.

Sementara itu Generali Indonesia mengaku, nilai tebus (surrender) atau pembatalan polis industri asuransi memang ada khususnya pada polis single premium yang sudah jatuh tempo. Kendati demikian Chief Marketing Officer Generali Vivin Arblanti tidak menyebutkan lebih jauh berapa pertumbuhannya.

"Untuk polis reguler premium unit link (RPUL) juga tetap ada, namun tidak signifikan. Jumlahnya sendiri masih cenderung tidak jauh berbeda dengan surrender yang terjadi di kuartal sebelumnya," kata Vivin.

Ke depannya, ia berharap masyarakat bisa lebih bijak jika ingin mengambil keputusan surrender/pembatalan polis, karena mengingat kondisi pandemi masih terus berlanjut kebutuhan akan proteksi asuransi masih sangat diperlukan untuk melindungi risiko yang mungkin terjadi.

"Tentu kita berharap nilai surrender akan semakin kecil yang berarti potensi orang untuk menghentikan proteksinya juga semakin kecil. Karena kita tau bersama, pandemi belum usai dan penting saat ini memiliki proteksi untuk keamanan finansial keluarga," tambah Vivin. **(selvi mayasari)**

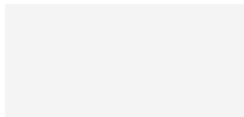
Judul	Simak Penjelasan Pakar Hukum soal Hal-hal yang Harus Diperhatikan sebelum Daftar Asuransi
Nama Media	Tribunnews.com
Newstrend	Edukasi Calon Nasabah Asuransi Jiwa
Halaman/URL	https://video.tribunnews.com/view/274194/simak-penjelasan-pakar-hukum-soal-hal-hal-yang-harus-diperhatikan-sebelum-daftar-asuransi
Tanggal Berita	2021-10-22
Sentimen	Netral

Simak Penjelasan Pakar Hukum soal Hal-hal yang Harus Diperhatikan sebelum Daftar Asuransi

Jumat, 22 Oktober 2021 12:39 WIB

Tribun Video

Editor: Danang Risdinato | Reporter: Ramadhan Aji Prakoso | Video Production: Ramadhan Aji Prakoso



TRIBUN-VIDEO.COM - Produk [asuransi](#) dipilih masyarakat demi kehidupan masa depan yang lebih baik.

Banyak produk [asuransi](#) yang ditawarkan, dari kesehatan, pendidikan, hingga investasi (unit link).

Tetapi, tak sedikit sengketa bisa muncul di dalamnya.

Agar tak menjadi persoalan pelik ke depannya, berikut hal-hal penting yang harus diperhatikan sebelum mendaftar asuransi.

Advokat asal Surakarta, Taufiq Nugroho, menjelaskan hal-hal yang harus diperhatikan masyarakat sebelum mendaftar asuransi.

Hal pertama yang harus diperhatikan yakni soal kredibilitas perusahaan [asuransi](#) terkait.

Hal kedua yaitu berkaitan dengan perjanjian atau kontrak.

Taufiq mengatakan, perjanjian [asuransi](#) akan berlaku mengikat seperti undang-undang bagi pihak yang bersepakat, baik itu nasabah maupun perusahaan. (*)

[illegible]

Judul	Lega Anaknya Bisa Jalani Operasi
Nama Media	Batam Pos
Newstrend	Keluhan Wanda Hamidah Terhadap Asuransi Prudential Indonesia
Halaman/URL	4
Tanggal Berita	2021-10-22
Sentimen	Netral

SELEBRITAS

Wanda Hamidah

Lega Anaknya Bisa Jalani Operasi

Reporter : JP GROUP
Editor : GALIH ADI SAPUTRO

ARTIS Wanda Hamidah kini bisa bernapas lega setelah semua biaya operasi anaknya akan ditanggung oleh asuransi. Wanda Hamidah mencurahkan isi hatinya melalui *posting-an* di *Instagram Story*. Ia menyatakan bahwa asuransi yang ia pakai akhirnya bisa menanggung semua biaya operasi anaknya setelah ia memperjuangkannya dengan menempuh sejumlah langkah.

"Perjuangan ibu membuahkan hasil, operasi lutut yang harus dijalankan Al semua

di-cover oleh Prudential menggunakan fasilitas kartu hitam," tulis Wanda Hamidah dalam *Instagram Story*.

Dia senang karena perusahaan asuransi tersebut mendengarkan keluhannya. Semua biaya operasi yang diperkirakan bakal menelan biaya Rp 50 juta sampai Rp 60 juta itu akhirnya bisa di-cover.

"Setelah mendengar, membaca kronologi (lagi), melihat rekam medik dan keterangan dokter, Alhamdulillah. *Doain* operasi Alfath besok berjalan lancar ya," kata Wanda.

Sebelumnya, Wanda sempat mencurahkan kekece-

waannya pada sebuah perusahaan asuransi lantaran tidak menanggung penuh semua biaya operasi anaknya. Dia kecewa karena merasa ditipu, padahal ia tetap rutin membayar premi bulanan. (*)



F. POPBELA.COM

Judul	ASTRA LIFE Ajak Generasi Muda Siapkan Keuangan Keluarga
Nama Media	Koran Sindo
Newstrend	Kampanye #BetterSandwichGen-Dimulai Dari Kamu
Halaman/URL	14
Tanggal Berita	2021-10-22
Sentimen	Netral

Astra Life Ajak Generasi Muda Siapkan Keuangan Keluarga

JAKARTA - Pembiayaan kebutuhan hidup masyarakat terus meningkat setiap tahun. Salah satu penyebabnya, banyak masyarakat yang harus menanggung kebutuhan hidup keluarganya selain diri sendiri.

Hal ini dipengaruhi oleh nilai kekeluargaan yang lekat di masyarakat Indonesia bahwa yang memiliki kemampuan finansial perlu membantu yang berkekurangan, termasuk orang tua.

Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat, sebanyak 78,27% sumber pembiayaan rumah tangga para lanjut usia (lansia) ditopang oleh anggota rumah tangga yang bekerja. Adapun Survei Ekonomi Nasional (Susenas) 2017 menunjukkan, 62,64% kaum lanjut usia di Indonesia tinggal bersama anak cucunya. Kondisi ini memperlihatkan cukup banyak orang Indonesia usia produktif yang menopang orang tua lanjut usia dan menopang dirinya sendiri dan anak, bahkan saudara.

Generasi ini dikenal sebagai *sandwich generation* atau generasi *sandwich*.

Istilah generasi *sandwich* diciptakan oleh seorang pekerja sosial bernama Dorothy Miller pada 1981. Saat itu dia membuat istilah generasi *sandwich* untuk perempuan berusia 30-40 tahun yang terhimpit beban untuk membiayai dua generasi berbeda, yakni anak dan orang tua yang sudah lanjut usia. Kondisi ini diasosiasikan seperti *sandwich* karena terhimpit di sana sini layaknya sepotong daging yang terhimpit di antara dua helai roti.

Saat ini banyak perempuan akhirnya memutuskan menunda untuk memiliki anak karena me-

iliki tanggungan lain. Namun seiring berkembangnya zaman, istilah generasi *sandwich* tak hanya disematkan kepada perempuan, tetapi juga laki-laki dengan kondisi tanggungan serupa.

Pada umumnya seseorang yang tanpa sengaja berada di posisi ini cenderung mengalami kesulitan karena terlalu berat menopang beban finansial demi memenuhi kebutuhan untuk diri sendiri, orang tua, dan anak. Jenis kebutuhan finansial yang perlu ditanggung juga tidak hanya meliputi keperluan sehari-hari, melainkan termasuk keperluan mendadak dan bahkan jaminan kesehatan juga harus masuk catatan keuangan bagi generasi *sandwich*.

Beratnya tanggungan jawab yang dihadapi generasi *sandwich* sering kali menjadi polemik antara rasa bangga bisa membantu keuangan keluarga dan beban berat terhimpit banyaknya tanggungan yang harus dicukupi. Hasil survei yang dipublikasikan Astra Life pada September 2021 terhadap 1.828 responden berusia 25-45 tahun yang tersebar di seluruh Indonesia menyebutkan, 83,6% generasi *sandwich* di Indonesia percaya bahwa mereka mampu merawat tanggungan dengan baik.

Namun faktanya hanya 13,4% yang memiliki kesiapan finansial dalam memenuhi kebutuhan polik, menabung, dan berinvestasi, ujar Presiden Direktur Astra Life Windawati Tjahjadi di Jakarta kemarin.

Kondisi itulah yang membuat PT Asuransi Jiwa Astra (Astra Life) menginisiasi kampanye Better Sandwich Gen Dimulai dari Kamu.

"Melalui kampanye ini, kami ingin mengajak generasi milenial yang termasuk dalam *sandwich generation* untuk memulai perubahan menjadi *sandwich generation* yang lebih baik dengan memiliki perencanaan keuangan demi mencapai kesiapan finansial," imbuhnya.



uang pertanggungan dari asuransi jiwa juga menjadi penyambung hidup keluarga apabila pencari nafkah atau penopang hidup keluarga harus tutup usia.

Menurut Windawati, Astra Life menyediakan rangkaian produk perlindungan yang dapat menjadi solusi untuk kebutuhan generasi *sandwich* dengan manfaat menyeluruh melalui produk asuransi jiwa yang dikaitkan dengan investasi (*unit link*). Produk ini dipasarkan melalui jalur distribusi bank dan *direct business* Astra Life maupun produk asuransi jiwa dan kesehatan tradisional. Juga dengan kemudahan layanan digital yang dapat diakses melalui e-commerce milik Astra Life serta aplikasi *mobile banking* Permata MobileX.

"Kampanye ini juga merupakan bentuk dukungan Astra Life dalam program bulan inklusi keuangan 2021 yang dicanangkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) selama Oktober hingga November 2021," ucapnya.

Windawati menambahkan,

Astra Life memberikan edukasi untuk menyadarkan generasi *sandwich* dalam memiliki kesiapan finansial dan untuk meningkatkan literasi serta inklusi keuangan bagi masyarakat umum. "Dimulai dari kamu dengan menjadi *sandwich generation* yang lebih baik saat ini agar bisa menciptakan generasi penerus yang cerdas finansial dan pada akhirnya dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi bangsa di masa depan," sebut Windawati.

Menurut Head of Bancassurance & Direct Business Astra Life Ancilla Lily, fenomena generasi *sandwich* bisa dialami dan dirasakan oleh siapa saja yang memiliki orang tua dan anak yang memerlukan dukungan finansial pada saat bersamaan. "Menjadi *sandwich generation* bukanlah sebuah pilihan. Yang jadi pilihan adalah bagaimana kita mengelola finansial," ujarnya.

Dia mengungkapkan, ada lima golongan generasi *sandwich*. Pertama, *open faced sandwich* yang membiayai suami atau istri ditambah orang tua. Kemudian *extended open faced sandwich* yang membiayai suami atau istri ditambah orang tua dan saudaranya. Lalu *traditional sandwich* yang membiayai suami atau istri ditambah orang tua dan anak. Adapun *extended traditional sandwich* membiayai suami atau istri, ditambah orang tua, anak, dan saudaranya.

Yang terakhir *club sandwich* yang membiayai suami atau istri, ditambah orang tua, lalu orang tua dari orang tua dan anak. "Mereka yang berada di generasi *sandwich* harusnya mampu mengelola finansial dengan membuat neraca keuangan sederhana, dengan begitu dapat menciptakan proteksi dari hal yang paling mendasar," ungkap Ancilla. **anton c**

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

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

Judul	Astra Life Ajak Generasi Sandwich Punya Perencanaan Keuangan Baik
Nama Media	Bisnis.com
Newstrend	Kampanye #BetterSandwichGen-Dimulai Dari Kamu
Halaman/URL	https://finansial.bisnis.com/read/20211022/215/1457044/astra-life-ajak-generasi-sandwich-punya-perencanaan-keuangan-baik
Tanggal Berita	2021-10-22
Sentimen	Netral

Astra Life Ajak Generasi Sandwich Punya Perencanaan Keuangan Baik

Dasar perencanaan keuangan yang baik yakni memiliki tabungan dan investasi, generasi sandwich juga perlu memiliki asuransi jiwa dan kesehatan, baik untuk diri sendiri maupun untuk keluarga

Dennis Widiarta [@denniswidiarta](#) - [Bisnis.com](#)
22 Oktober 2021 · 15:14 WIB



Cerdang Astra Life - astra-life.co.id

Bisnis.com, JAKARTA - PT Asuransi Jiwa Astra (Astra Life) mengajak generasi milenial yang masuk dalam *sandwich generation* untuk memiliki perencanaan keuangan yang baik dalam mencapai kesiapan finansial.

Sandwich generation merupakan generasi usia produktif yang menopang orang tua lanjut usia sekaligus menopang dirinya sendiri dan anak atau bahkan saudara.

Hasil survei Katadata Insight Center untuk Astra Life pada September 2021 terhadap 1.628 responden berusia 25-45 tahun yang tersebar di seluruh Indonesia menyimpulkan, 63,6 persen *sandwich generation* di Indonesia percaya kalau mereka mampu merawat tanggungan dengan baik. Namun, faktanya hanya 13,4 persen yang memiliki kesiapan finansial dalam memenuhi kebutuhan pokok, menabung, dan berinvestasi.

Baca Juga : Astra Life Gandeng PermataBank Hadirkan Layanan Asuransi di PermataMobile X

Kondisi inilah yang membuat Astra Life menginisiasi kampanye #BetterSandwichGen - Dimulai Dari Kamu.



Aplikasi Oxtrade
Bersialah untuk platform

Download

"Melalui kampanye ini, kami ingin mengajak generasi milenial yang termasuk dalam *sandwich generation* untuk memulai perubahan menjadi *sandwich generation* yang lebih baik dengan memiliki perencanaan keuangan demi mencapai kesiapan finansial, karena tentunya kita tidak mau menanggung tanggung jawab kepada keluarga. Iapi dengan perencanaan keuangan yang baik seperti memiliki asuransi dapat memperbesar kekuatan kita untuk menanggung dan membiayai keluarga yang kita cintai," ujar Windawati Tjahjedi, Presiden Direktur Astra Life, melalui siaran pers dikutip, Jumat (22/10/2021).

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 uang pertanggungan dari asuransi jiwa juga menjadi penyambung hidup keluarga apabila pencari nafkah atau penopang hidup keluarga telah tutup usia.

Baca Juga : Moncer, Premi Astra Life Semester I/2021 Tumbuh 78,4 Persen

Astra Life menyediakan rangkaian produk perlindungan yang dapat menjadi solusi untuk kebutuhan *sandwich generation* dengan hemat menyeluruh melalui produk asuransi jiwa yang disertai dengan investasi (unit link) yang dipasarkan melalui jalur distribusi bank dan *direct business* Astra Life. Selain itu, juga terdapat produk asuransi jiwa dan kesehatan tradisional dengan komodehan layanan digital yang dapat diakses melalui e-commerce milik Astra Life, www.ilovevlife.co.id, dan aplikasi mobile banking PermataMobileX.



Aplikasi Oxtrade
Pernah bosan perlu takut mencoba nya, bersialah untuk trading dengan modal dan strategi
Oxtrade Indonesia **Buka >**

Kampanye #BetterSandwichGen juga merupakan bentuk dukungan Astra Life dalam program Bulan Inklusi Keuangan 2021 yang dicanangkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) selama Oktober hingga November 2021.

Berbagai rangkaian kegiatan dilakukan melalui platform interaktif seperti media sosial Instagram dan Twitter dalam bentuk webinar/baik show serta konten edukatif lainnya untuk memberdayakan *sandwich generation* dalam memiliki kesiapan finansial dan juga untuk meningkatkan literasi dan inklusi keuangan bagi masyarakat umum.

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

Judul	Ajakan Sandwich Generation Lebih Baik - Astra Life Edukasi Perencanaan Keuangan
Nama Media	Neraca.co.id
Newstrend	Kampanye #BetterSandwichGen-Dimulai Dari Kamu
Halaman/URL	https://www.neraca.co.id/article/153740/ajakan-sandwich-generation-lebih-baik-astra-life-edukasi-perencanaan-keuangan
Tanggal Berita	2021-10-22
Sentimen	Netral

Ajakan Sandwich Generation Lebih Baik - Astra Life Edukasi Perencanaan Keuangan

Oleh: **Ahmad Nabhani** jumat, 22/10/2021



BERITA TERKAIT

- ZBRA Berhasil Ubah Ekuitasnya]
- Gelar Private Placement - Indone Transport Miliki Dua Investor Ba
- Pertama di Jawa Timur - Makmu Bangun Halal Industrial Park
- Kapitalisasi Bursa Sepekan Meni
- Laba Bersih Darma Henwa Tuml

NERACA

Jakarta – Menjawab kebutuhan asuransi di masyarakat, inovasi produk terus dihadirkan PT Astra Life. Teranyar, anak usaha dari PT Astra Internasional Tbk ini memberikan edukasi akan pentingnya perencanaan keuangan bagi Sandwich Generation. Berdasarkan hasil survei Katadata Insight Center untuk Astra Life pada bulan September 2021 terhadap 1.828 responden berusia 25-45 tahun yang tersebar di seluruh Indonesia menyebutkan, 83,6% Sandwich Generation di Indonesia percaya kalau mereka mampu merawat tanggungan dengan baik, namun faktanya hanya 13,4% yang memiliki kesiapan finansial dalam memenuhi kebutuhan pokok, menabung, dan berinvestasi.

Kondisi inilah yang membuat PT Asuransi Jiwa Astra (Astra Life) menginisiasi kampanye #BetterSandwichGen - Dimulai Dari Kamu. "Melalui kampanye ini, kami ingin mengajak generasi milenial yang termasuk dalam *Sandwich Generation* untuk memulai perubahan menjadi *Sandwich Generation* yang lebih baik dengan memiliki perencanaan keuangan demi mencapai kesiapan finansial, karena 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 membahagiakan mereka yang kita cintai." Kata Windawati Tjahjadi, Presiden Direktur Astra Life di Jakarta, kemarin.

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 uang pertanggungan dari asuransi jiwa juga menjadi penyambung hidup keluarga apabila pencari nafkah atau penopang hidup keluarga harus tutup usia.

Astra Life menyediakan rangkaian produk perlindungan yang dapat menjadi solusi untuk kebutuhan *Sandwich Generation* dengan manfaat menyeluruh melalui produk asuransi jiwa yang dikaitkan dengan investasi (*unit link*) yang dipasarkan melalui jalur distribusi Bank dan *Direct Business* Astra Life maupun produk asuransi jiwa dan kesehatan tradisional dengan kemudahan layanan digital yang dapat di akses melalui *e-commerce* milik Astra Life, www.ilovelife.co.id dan juga aplikasi *mobile banking* PermataMobileX.

0 Comments

Sort by |

Add a comment...

Facebook Comments Plugin

Judul	Lindungi Keluarga, Astra Life Ajak Generasi Sandwich Miliki Asuransi Jiwa dan Kesehatan
Nama Media	Beritasatu.com
Newstrend	Kampanye #BetterSandwichGen-Dimulai Dari Kamu
Halaman/URL	https://www.beritasatu.com/nasional/843949/lindungi-keluarga-astra-life-ajak-generasi-sandwich-miliki-asuransi-jiwa-dan-kesehatan
Tanggal Berita	2021-10-21
Sentimen	Netral



Zakarta, Beritasatu.com - Nilai kekeluargaan yang lekat di masyarakat Indonesia mengajarkan bahwa sudah seajaknya setiap anak untuk berbakti kepada orang tuanya ketika sudah dewasa termasuk mendukungnya secara finansial ketika orang tua mereka sudah memasuki usia lanjut.

Data Badan Pusat Statistik (BPS) mengenai Statistik Penduduk Lanjut Usia 2020 menyebutkan, 78,27% sumber pembiayaan rumah tangga lansia ditopang oleh anggota rumah tangga yang bekerja. Sementara Survei Ekonomi Nasional (Susenas) 2017 menunjukkan, 62,64% 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. Generasi ini dikenal sebagai Sandwich Generation. Menyanggah tanggung jawab yang dihadapi Sandwich Generation seringkali menjadi polemik, antara rasa bangga bisa membantu keuangan keluarga namun berat terhimpit banyaknya tanggungan yang harus dicukupi.

"Dilema antara rasa bangga bisa memenuhi kebutuhan keluarga, tapi juga berat menanggung beban tanggungan yang banyak. Salah satu cara untuk merubah kondisi tersebut adalah tentu dengan memiliki perencanaan keuangan yang baik. Untuk itulah Astra Life menginisiasi untuk mengajak generasi sandwich memulai perubahan dengan memiliki perencanaan keuangan yang baik," kata Presiden Direktur PT Asuransi Jiwa Astra (Astra Life) Windawati Tjahjedi, pada acara perluncuran kampanye #BetterSandwichGen secara virtual, Kamis (21/10/2021).

'Dimulai dari Kamu'

Sementara hasil survei Katadata Insight Center untuk Astra Life pada September 2021 terhadap 1.828 responden berusia 25-45 tahun yang tersebar di seluruh Indonesia menyebutkan, 83,0% Sandwich Generation di Indonesia percaya kalau mereka mampu menawat tanggungan dengan baik, namun faktanya hingga 13,6% yang memiliki kesiapan finansial dalam memenuhi kebutuhan pokok, menabung, dan berinvestasi.

Kondisi inilah yang membuat PT Asuransi Jiwa Astra menginisiasi kampanye #BetterSandwichGen - Dimulai Dari Kamu. "Melalui kampanye ini, kami ingin mengajak generasi milenial yang termasuk dalam Sandwich Generation untuk memulai perubahan menjadi Sandwich Generation yang lebih baik dengan memiliki perencanaan keuangan demi mencapai kesiapan finansial, karena tentunya kita tidak mau menguanggi tanggung jawab kepada keluarga, tapi dengan perencanaan keuangan yang baik seperti memiliki asuransi dapat memperbesar kekuatan kita untuk menanggung dan membahagikan mereka yang kita cintai," ujar Windawati Tjahjedi.

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 uang pertanggungan dari asuransi jiwa juga menjadi penyambung hidup keluarga apabila pencari nafkah atau penopang hidup keluarga harus tutup usia.

"Kami menghadirkan kemudahan bagi masyarakat untuk mengakses produk perlindungan jiwa dan kesehatan untuk menjadi generasi sandwich yang lebih baik. Sehingga gerakan ini mendapatkan sambutan positif dari masyarakat, kami percaya semakin banyak generasi sandwich yang memulai perubahan dengan mempersiapkan finansial yang baik, kita bisa menciptakan generasi yang cerdas finansial dan pada akhirnya meningkatkan pertumbuhan bangsa di masa depan," ujarnya.

Astra Life menyediakan rangkaian produk perlindungan yang dapat menjadi solusi untuk kebutuhan Sandwich Generation dengan manfaat menyeluruh melalui produk asuransi jiwa yang dikuatkan dengan investasi (unit link) yang dipasarkan melalui jakor distribusi Bank dan Direct Business Astra Life maupun produk asuransi jiwa dan kesehatan tradisional dengan kemudahan layanan digital yang dapat diakses melalui e-commerce milik Astra Life, www.ilovelife.co.id dan juga aplikasi mobile banking PermataMobileX.

Kampanye #BetterSandwichGen juga merupakan bentuk dukungan Astra Life dalam program Bulan Inklusi Keuangan 2021 yang dicanangkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) selama Oktober hingga November 2021. Berbagai rangkaian kegiatan dilakukan melalui platform interaktif seperti media sosial Instagram dan Twitter dalam bentuk webinar/talk show serta konten edukatif lainnya untuk menyedarkan Sandwich Generation dalam memiliki kesiapan finansial dan juga untuk meningkatkan literasi dan inklusi keuangan bagi masyarakat umum. "Dimulai dari kamu dengan menjadi Sandwich Generation yang lebih baik saat ini, agar bisa menciptakan generasi penerus yang cerdas finansial dan pada akhirnya dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi bangsa dimasa depan," kata dia.

Fondasi yang Kuat

Sementara itu, berkah dari pandemi Covid-19 yang tengah melanda dunia saat ini, generasi sandwich diharapkan supaya menata keuangan yang lebih cerdas guna menatap masa depan yang lebih baik. Keberhasilan generasi sandwich akan menopang seluruh kehidupan yang dihadapi ke depan.

"Kita bersyukur selama pandemi ada banyak di media sosial yang melakukan edukasi gratis, ini menjadi pembuka untuk kita melihat lebih jauh. Prioritas itu harus mulai dari fondasi. Fondasi itu selalu punya proteksi, jadi paling tidak proteksi itu sudah aman. Dana darurat juga. Baru yang lain," tandas Head Marketing Branding and Digital Astra Life, Windy Riswanthy.

Judul	ASTRA LIFE Ajak Sandwich Generation Cerdas Finansial
Nama Media	Investor Daily
Newstrend	Kampanye #BetterSandwichGen-Dimulai Dari Kamu
Halaman/URL	24
Tanggal Berita	2021-10-22
Sentimen	Netral

Astra Life Ajak *Sandwich Generation* Cerdas Finansial

JAKARTA – PT Asuransi Jiwa Astra (Astra Life) mengajak generasi *sandwich* (*sandwich generation*) untuk mulai mempersiapkan kebutuhan finansial dengan cerdas. Hal itu salah satunya dapat dilakukan dengan mulai memiliki produk keuangan seperti asuransi sebagai salah satu mitigasi risiko.

Dalam hal ini, Astra Life mengukung kampanye bertajuk #BetterSandwichGen-Dimulai Dari Kamu, sebagai bagian dari program Bulan Inklusi Keuangan 2021. Program tersebut dicanangkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) selama bulan Oktober hingga November 2021.

Lewat kampanye itu, Presiden Direktur Astra Life Windawati Tjahjadi menyampaikan ingin mengajak generasi milenial yang termasuk dalam *sandwich generation* untuk memulai

perubahan menjadi lebih baik. Terutama dengan memiliki perencanaan keuangan demi mencapai kesiapan finansial. "Karena 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 membahagiakan mereka yang kita cintai," jelas Windawati melalui keterangannya, Kamis (21/10).

Sandwich generation merupakan mereka dengan usia produktif yang menopang kebutuhan finansial dirinya sekaligus orang tua lanjut usia, berikut anak bahkan saudara. Beratnya tanggung jawab yang dihadapi *sandwich generation* seringkali menjadi polemik, antara rasa bangga bisa membantu keuangan keluarga namun berat terhimpit banyaknya

tanggungan yang harus dicukupi.

Mengutip data Badan Pusat Statistik (BPS) mengenai Statistik Penduduk Lanjut Usia 2020 menyebutkan bahwa 78,27% sumber pembiayaan rumah tangga lansia ditopang oleh anggota rumah tangga yang bekerja. Sementara Survei Ekonomi Nasional (Susenas) 2017 menunjukkan sebesar 62,64% kaum lanjut usia di Indonesia tinggal bersama anak cucunya.

Hasil survei Katadata Insight Center untuk Astra Life pada September 2021 terhadap 1.828 responden berusia 25-45 tahun yang tersebar di seluruh Indonesia menyebutkan, 83,6% *sandwich generation* di Indonesia percaya kalau mereka mampu merawat tanggungan dengan baik, namun faktanya hanya 13,4% yang memiliki kesiapan finansial dalam memenuhi kebutuhan pokok, menabung, dan berinvestasi.

Windawati mengatakan, data tersebut menjadi acuan bagi perusahaan mengukung kampanye tersebut. Menurut dia, 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 uang pertanggungan dari asuransi jiwa juga menjadi penyangga hidup keluarga apabila pencari nafkah atau penopang hidup keluarga harus tutup usia. "Dimulai dari kamu dengan menjadi *sandwich generation* yang lebih baik saat ini, agar bisa menciptakan generasi penerus yang cerdas finansial dan pada akhirnya dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi bangsa dimasa depan," jelas Windawati. (pri)

Judul	Allianz Indonesia Berbagi Tips Hidup Sehat Berdampingan dengan Covid-19 di Era Normal yang Baru
Nama Media	Industry.co.id
Newstrend	Edukasi Nasabah Asuransi Kesehatan Allianz Indonesia
Halaman/URL	https://www.industry.co.id/read/95759/allianz-indonesia-berbagi-tips-hidup-sehat-berdampingan-dengan-covid-19-di-era-normal-yang-baru
Tanggal Berita	2021-10-22
Sentimen	Netral

Allianz Indonesia Berbagi Tips Hidup Sehat Normal yang Baru

Oleh : **Haryanto** | Jumat, 22 Oktober 2021 - 16:38 WIB

Berita Terkait

Apakah Minum Teh Hijau dapat Meningkatkan Kualitas Tidur? Ini Kita Ah!
The Scott Collins Boulevard dari Trinit Land Ramakan Sektor Properti Nasional

Di Ulang Tahunnya yang ke-5, Menteri BUMN Erick Thohir Sebut BUCOFINDO Mampu Jawab Segala Tantangan Zaman

INDUSTRY.co.id - Jakarta – Pandemi Covid-19 hingga saat ini belum dapat diprediksi kapan berakhirnya. Namun, kondisi ini tidak bisa menjadi penghalang bagi banyak orang untuk terus melanjutkan aktivitas, walaupun di tengah berbagai keterbatasan.

Tidak dapat dipungkiri bahwa virus Covid-19 akan terus bermutasi menjadi varian virus lainnya selama keberadaan mereka masih ada. Hal ini merupakan sifat alamiah virus yang berusaha untuk beradaptasi mempertahankan dirinya. Melihat situasi ini, yang kita butuhkan untuk tetap bertahan di tengah pandemi adalah kemampuan untuk beradaptasi.

Hidup berdampingan dengan Covid-19, dapat dilakukan dengan merubah perilaku, cara pandang, serta beradaptasi dengan kebiasaan baru. Untuk mendukung upaya meningkatkan kesadaran dan pengetahuan masyarakat Indonesia mengenai situasi dan kondisi terkini, Allianz Life Indonesia berniat menyelenggarakan Webinar Kesehatan untuk para pemegang polis asuransi kesehatan kumpulan.

Acara webinar bertajuk "Mungkinkah Kita Hidup Berdampingan dengan Covid-19?", menghadirkan Nicolaus Satya Bharata, Head of Employee Benefits Allianz Life Indonesia sebagai perwakilan manajemen Allianz dan dr. Lula Kamal M.Sc seorang ahli dalam Pemerhati Kesehatan, Public Figure, dan Tim Komunikasi Publik Satgas Penanganan Covid-19.

"Untuk tetap relevan dengan perkembangan situasi terkini, Allianz Indonesia tidak hanya berkomitmen untuk menyediakan solusi perlindungan dan layanan asuransi yang dapat memenuhi kebutuhan nasabah, namun juga secara berkelanjutan berbagi informasi dan edukasi, baik kepada nasabah maupun masyarakat luas," kata Nicolaus Satya Bharata, Head of Employee Benefits Allianz Life Indonesia yang dikutip **INDUSTRY.co.id**, Jumat (22/10/2021).

"Sejalan dengan tujuan kami untuk memberikan perlindungan kepada lebih banyak masyarakat Indonesia, penyelenggaraan webinar dengan tema kesehatan seperti ini merupakan salah satu wujud kepedulian Allianz, agar kita dapat menghadapi dan mengatasi pandemi ini bersama-sama," imbuhnya.

dr. Lula Kamal, Pemerhati Kesehatan, Public Figure, dan Tim Komunikasi Publik Satgas Penanganan Covid-19 pun memberikan pemaparan mengenai update perkembangan situasi pandemi terkini di Indonesia dan dunia, serta pedoman tata cara kehidupan sehari-hari setelah terjadinya pandemi.

"Setelah WHO menyatakan keadaan pandemi tahun 2020, banyak sekali perubahan yang harus dilakukan terutama dalam beraktivitas. Kemudian setelah satu setengah tahun ini, perkembangan varian virus dan kasus positif juga masih terus terjadi," kata dr. Lula.

"Lalu jadi pertanyaan baru bagaimana cara kita hidup dan bertahan dengan terus adanya virus Covid-19 di sekitar kita? Terkait pertanyaan ini, maka yang harus kita pahami dan lakukan adalah cara pencegahan dan penanganan. Kedua hal ini harus diterapkan oleh setiap individu, bukan hanya sebagian orang saja," imbuhnya.

Menurut penjelasan dr. Lula Kamal, yang menjadi perhatian utama dalam penanganan ketika ada seseorang atau anggota keluarga terkena Covid-19 adalah seluruh anggota keluarga menerapkan protokol kesehatan ketat, memastikan adanya ventilasi udara untuk kamar isolasi pasien, pemisahan alat makan dan pakaian pasien, berjemur setiap hari dan mengerti gejala yang menjadi pertanda pasien harus segera pergi ke rumah sakit.

Lula untuk langkah-langkah pencegahan di saat situasi sekarang ini yang paling penting dilakukan adalah vaksinasi dan penerapan protokol kesehatan 5M yang menjadi satu kesatuan, tidak bisa dipisah dan merupakan cara paling ampuh untuk mencegah penularan.

Semua rangkaian pencegahan ini harus dilakukan, terutama pada saat beraktifitas, bekerja / WFO ataupun saat ke luar rumah maupun liburan. Di Indonesia sendiri program vaksinasi masih terus dilakukan sampai hari ini.

"Vaksin tidak akan menjadikan seseorang kebal terhadap virus, namun vaksin akan meminimalisir efek paparan Covid-19 dan diharapkan akan mampu mengurangi angka penularan serta kematian akibat Covid-19," jelas dr. Lula.

"Selain kedua hal tadi, kegiatan pencegahan lainnya adalah meningkatkan pola hidup sehat. Terutama yang harus diperhatikan adalah waktu dan kualitas istirahat, pola makan yang bergizi dan seimbang serta kebutuhan vitamin yang harus dipenuhi, olahraga secara teratur dan teratur, kemudian pengelolaan stres yang dapat menjadi salah satu penyebab sumber penyakit. Dengan memenuhi cara pencegahan dan penanganan ini, harapannya masyarakat dapat terus mempertahankan imunitas yang kuat dan secara bertahap mengurangi angka penularan virus Covid-19," tutup dr. Lula.

Judul	Allianz Indonesia Berbagi Tips Hidup Sehat Berdampingan dengan Covid-19 di Era Normal yang Baru
Nama Media	Pressrelease.kontan.co.id
Newstrend	Edukasi Nasabah Asuransi Kesehatan Allianz Indonesia
Halaman/URL	https://pressrelease.kontan.co.id/release/allianz-indonesia-berbagi-tips-hidup-sehat-berdampingan-dengan-covid-19-di-era-normal-yang-baru
Tanggal Berita	2021-10-22
Sentimen	Netral

Allianz Indonesia Berbagi Tips Hidup Sehat Berdampingan dengan Covid-19 di Era Normal yang Baru



Jakarta, 21 Oktober 2021 – Pandemi Covid-19 hingga saat ini belum dapat diprediksi kapan berakhirnya. Namun, kondisi ini tidak bisa menjadi penghalang bagi banyak orang untuk terus melanjutkan aktivitas, walaupun di tengah berbagai keterbatasan. Tidak dapat dipungkiri bahwa virus Covid-19 akan terus bermutasi menjadi varian virus lainnya selama keberadaan mereka masih ada.

Hal ini merupakan sifat alamiah virus yang berusaha untuk beradaptasi mempertahankan dirinya. Melihat situasi ini, yang kita butuhkan untuk tetap bertahan di tengah pandemi adalah kemampuan untuk beradaptasi.

Hidup berdampingan dengan Covid-19, dapat dilakukan dengan merubah perilaku, cara pandang, serta beradaptasi dengan kebiasaan baru. Untuk mendukung upaya meningkatkan kesadaran dan pengetahuan masyarakat Indonesia mengenai situasi dan kondisi terkini, Allianz Life Indonesia berinisiatif menyelenggarakan Webinar Kesehatan untuk para pemegang polis asuransi kesehatan kumpulan. Acara webinar bertajuk, "Mungkinkah Kita Hidup Berdampingan dengan Covid-19?", menghadirkan Nicolaus Satya Bharata, Head of Employee Benefits Allianz Life Indonesia sebagai perwakilan manajemen Allianz dan dr. Lulu Kamal M.Sc seorang ahli dalam Pemeliharaan Kesehatan, Public Figure, dan Tim Komunikasi Publik Satgas Penanganan Covid-19.

"Untuk tetap relevan dengan perkembangan situasi terkini, Allianz Indonesia tidak hanya berkomitmen untuk menyediakan solusi perlindungan dan layanan asuransi yang dapat memenuhi kebutuhan nasabah, namun juga secara berkelanjutan berbagi informasi dan edukasi, baik kepada nasabah maupun masyarakat luas. Sejalan dengan tujuan kami untuk memberikan perlindungan kepada lebih banyak masyarakat Indonesia, penyelenggaraan webinar dengan tema kesehatan seperti ini merupakan salah satu wujud kepedulian Allianz, agar kita dapat menghadapi dan mengatasi pandemi ini bersama-sama," kata Nicolaus Satya Bharata, head of Employee Benefits Allianz Life Indonesia.

dr. Lulu Kamal, Pemelihara Kesehatan, Public Figure, dan Tim Komunikasi Publik Satgas Penanganan Covid-19 pun memberikan pemaparan mengenai update perkembangan situasi pandemi terkini di Indonesia dan dunia, serta pedoman tata cara kehidupan sehari-hari setelah terjadinya pandemi. "Setelah WHO menyatakan keadaan pandemi tahun 2020, banyak sekali perubahan yang harus dilakukan terutama dalam beraktivitas. Kemudian setelah satu setengah tahun ini, perkembangan varian virus dan kasus positif juga masih terus terjadi. Lalu jadi pertanyaan baru bagaimana cara kita hidup dan bertahan dengan terus adanya virus Covid-19 di sekitar kita? Terkait pertanyaan ini, maka yang harus kita pahami dan lakukan adalah cara pencegahan dan penanganan. Kedua hal ini harus diterapkan oleh setiap individu, bukan hanya sebagian orang saja."

Menurut penjelasan dr. Lulu Kamal, yang menjadi perhatian utama dalam penanganan ketika ada seseorang atau anggota keluarga terkena Covid-19 adalah seluruh anggota keluarga menerapkan protokol kesehatan ketat, memastikan adanya ventilasi udara untuk kamar isolasi pasien, pemisahan alat makan dan pakaian pasien, berjemur setiap hari dan mengerti gejala yang menjadi pertanda pasien harus segera pergi ke rumah sakit.

Lalu untuk langkah-langkah pencegahan di saat situasi sekarang ini yang paling penting dilakukan adalah vaksinasi dan penerapan protokol kesehatan 5M yang menjadi satu kesatuan, tidak bisa dipisah dan merupakan cara paling ampuh untuk mencegah penularan. Semua rangkaian pencegahan ini harus dilakukan, terutama pada saat beraktifitas, bekerja / WFO ataupun saat ke luar rumah maupun liburan. Di Indonesia sendiri program vaksinasi masih terus dilakukan sampai hari ini. "Vaksin tidak akan menjadikan seseorang kebal terhadap virus, namun vaksin akan meminimalisir efek paparan Covid-19 dan diharapkan akan mampu mengurangi angka penularan serta kematian akibat Covid-19," dr. Lulu menjelaskan.

"Selain kedua hal tadi, kegiatan pencegahan lainnya adalah meningkatkan pola hidup sehat. Terutama yang harus diperhatikan adalah waktu dan kualitas istirahat, pola makan yang bergizi dan seimbang serta kebutuhan vitamin yang harus dipenuhi, olahraga secara teratur dan teratur, kemudian pengelolaan stres yang dapat menjadi salah satu penyebab sumber penyakit. Dengan memenuhi cara pencegahan dan penanganan ini, harapannya masyarakat dapat terus mempertahankan imunitas yang kuat dan secara bertahap mengurangi angka penularan virus Covid-19," tutup dr. Lulu.

Tentang Allianz Indonesia

Allianz memulai bisnisnya di Indonesia dengan membuka kantor perwakilan di tahun 1981. Pada tahun 1989, Allianz mendirikan PT Asuransi Allianz Utama Indonesia, perusahaan asuransi umum. Kemudian, Allianz memasuki bisnis asuransi jiwa, kesehatan dan dana pensiun dengan mendirikan PT Asuransi Allianz Life Indonesia di tahun 1996. Di tahun 2006, Allianz Utama dan Allianz Life memulai bisnis asuransi syariah.

Kini Allianz Indonesia didukung oleh lebih dari 1.300 karyawan dan lebih dari 34.000 tenaga pemasar dan dijangkau oleh jaringan mitra perantara dan mitra distribusi lainnya. Saat ini, Allianz menjadi salah satu asuransi terkemuka di Indonesia yang dipercaya untuk melindungi lebih dari 8,3 juta tertanggung.

Tentang Allianz di Asia

Asia adalah salah satu wilayah pertumbuhan inti untuk Allianz, yang ditandai dengan keragaman budaya, bahasa dan adat istiadat. Allianz telah hadir di Asia sejak 1910, menyediakan asuransi kebakaran dan maritim di kota-kota pelabuhan Hongkong. Saat ini, Allianz aktif di 16 pasar di wilayah tersebut, menawarkan beragam asuransi dengan bisnis inti pada asuransi kesehatan, asuransi jiwa, perlindungan dan solusi kesehatan, dan manajemen aset. Dengan lebih dari 36.000 staf, Allianz melayani kebutuhan lebih dari 22 juta nasabah di wilayah ini melalui berbagai saluran distribusi dan platform digital.

Tentang Grup Allianz

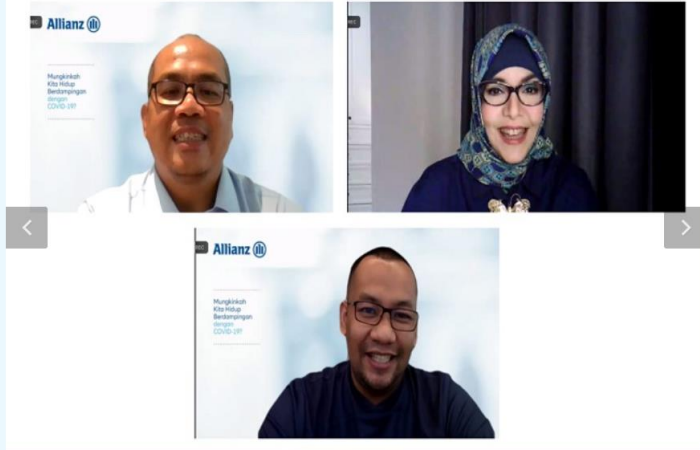
Allianz Group adalah perusahaan asuransi dan manajemen aset terkemuka di dunia dengan 100 juta nasabah individu dan perusahaan di lebih dari 70 negara. Nasabah Allianz mendapatkan manfaat dari berbagai layanan asuransi individu dan kumpulan, mulai dari asuransi properti, jiwa dan kesehatan, sampai layanan bantuan asuransi kredit dan asuransi bisnis secara global. Allianz adalah salah satu investor terbesar di dunia, dengan dana kelolaan nasabah distribusi lebih dari 790 miliar Euro.

Sementara manajer aset kami, PIMCO dan Allianz Global Investors mengelola aset tambahan sebesar 1,7 triliun Euro milik pihak ketiga. Berkat integrasi sistematis ekologis dan kriteria sosial pada proses bisnis dan keputusan investasi, Allianz memegang posisi terdepan untuk perusahaan asuransi dalam Dow Jones Sustainable Index. Pada tahun 2020, Allianz Group memiliki lebih dari 150.000 karyawan dan meraih total pendapatan 140 miliar Euro serta laba operasional sebesar 10,8 miliar Euro.

Judul	Allianz Indonesia Berbagi Tips Hidup Sehat Berdampingan dengan Covid-19 di Era Normal yang Baru
Nama Media	Gatra.com
Newstrend	Edukasi Nasabah Asuransi Kesehatan Allianz Indonesia
Halaman/URL	https://www.gatra.com/detail/news/526486/milenial/allianz-indonesia-berbagi-tips-hidup-sehat-berdampingan-dengan-covid-19-di-era-normal-yang-baru-
Tanggal Berita	2021-10-22
Sentimen	Netral

Allianz Indonesia Berbagi Tips Hidup Sehat Berdampingan dengan Covid-19 di Era Normal yang Baru

Gatra.com | 22 Oct 2021 10:10



Dok. Allianz

ARTIKEL TERKAIT

Jakarta, Gatra.com – Pandemi Covid-19 hingga saat ini belum dapat diprediksi kapan berakhirnya. Namun, kondisi ini tidak bisa menjadi penghalang bagi banyak orang untuk terus melanjutkan aktivitas, walaupun di tengah berbagai keterbatasan. Tidak dapat dipungkiri bahwa virus Covid-19 akan terus bermutasi menjadi varian virus lainnya selama keberadaan mereka masih ada. Hal ini merupakan sifat alamiah virus yang berusaha untuk beradaptasi mempertahankan dirinya. Melihat situasi ini, yang kita butuhkan untuk tetap bertahan di tengah pandemi adalah kemampuan untuk beradaptasi.

Hidup berdampingan dengan Covid-19, dapat dilakukan dengan merubah perilaku, cara pandang, serta beradaptasi dengan kebiasaan baru. Untuk mendukung upaya meningkatkan kesadaran dan pengetahuan masyarakat Indonesia mengenai situasi dan kondisi terkini, Allianz Life Indonesia berinisiatif menyelenggarakan Webinar Kesehatan untuk para pemegang polis asuransi kesehatan kumpulan.

Acara webinar bertajuk “Mungkinkah Kita Hidup Berdampingan dengan Covid-19?”, menghadirkan Nicolaus Satya Bharata, Head of Employee Benefits Allianz Life Indonesia sebagai perwakilan manajemen Allianz dan dr. Lula Kamal M.Sc seorang ahli dalam Pemerhati Kesehatan, Public Figure, dan Tim Komunikasi Publik Satgas Penanganan Covid-19.

“Untuk tetap relevan dengan perkembangan situasi terkini, Allianz Indonesia tidak hanya berkomitmen untuk menyediakan solusi perlindungan dan layanan asuransi yang dapat memenuhi kebutuhan nasabah, namun juga secara berkelanjutan berbagi informasi dan edukasi, baik kepada nasabah maupun masyarakat luas.

Sejalan dengan tujuan kami untuk memberikan perlindungan kepada lebih banyak masyarakat Indonesia, penyelenggaraan webinar dengan tema kesehatan seperti ini merupakan salah satu wujud kepedulian Allianz, agar kita dapat menghadapi dan mengatasi pandemi ini bersama-sama,” kata Nicolaus Satya Bharata, Head of Employee Benefits Allianz Life Indonesia.

Judul	Luncurkan Produk Baru, FWD Insurance Gandeng Bank Commonwealth
Nama Media	Marketeers.com
Newstrend	Produk Bancassurance FWD Insurance Indonesia
Halaman/URL	https://www.marketeers.com/luncurkan-produk-baru-fwd-insurance-gandeng-bank-commonwealth/
Tanggal Berita	2021-10-23
Sentimen	Netral

Luncurkan Produk Baru, FWD Insurance Gandeng Bank Commonwealth



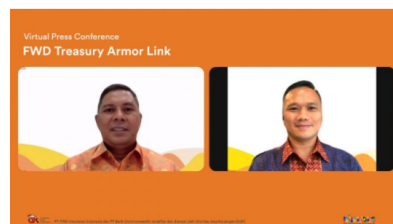
Saat ini, kolaborasi menjadi penting untuk mengembangkan bisnis. Dengan kolaborasi, dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Menangkap peluang tersebut, PT FWD Insurance Indonesia mengumumkan kemitraannya dengan Bank Commonwealth.

Dengan kemitraan ini, FWD dapat memasarkan produk terbarunya, yaitu FWD Treasury Armor Link melalui jalur distribusi bancassurance Bank Commonwealth. FWD Treasury Armor Link adalah produk asuransi jiwa *unit-link unit-link*. Produk ini dapat dibeli melalui seluruh kantor cabang Bank Commonwealth di Indonesia.

Produk ini memiliki manfaat perlindungan diri jangka panjang yang dapat diwariskan ke keluarga nasabah secara penuh jika meninggal dunia. Di saat yang sama, produk ini dapat membangun kesejahteraan finansial melalui hasil investasi dari premi yang telah diinvestasikan oleh nasabah. Selain itu, nasabah juga bisa mendapatkan Manfaat Bonus Loyalitas dan Bonus Investasi yang dapat membantu nasabah mencapai tujuan investasi.

Ade Bungsu, Direktur Chief of Operations Product Proposition & Syariah FWD Insurance mengatakan bahwa produk ini hadir sebagai jawaban atas kebutuhan para nasabah. Dengan hadirnya produk ini, dapat memberikan manfaat perlindungan bagi nasabah agar mereka tidak terganggu oleh kestabilan kondisi finansial akibat pandemi.

"Pandemi membuat kami sadar bahwa hidup ini tidak dapat diprediksi. Oleh karena itu, kami memperkenalkan FWD Treasury Armor Link agar masyarakat dapat menjalani hidup dengan tenang dan berkualitas tanpa perlu khawatir dengan situasi yang terjadi akibat pandemi. Kami harap produk ini dapat memberikan manfaat terbaik untuk nasabah," tutur Ade.



Ada beberapa keunggulan yang ditawarkan oleh FWD Treasury Armor Link. Keunggulan tersebut terbagi menjadi tiga, yaitu keunggulan komprehensif, kompetitif, dan fleksibel. Produk ini menyediakan masa asuransi hingga 100 tahun. Ada berbagai pilihan jenis investasi yang bisa nasabah pilih, serta berbagai pilihan asuransi tambahan untuk melengkapi perlindungan nasabah.

Selain itu, nasabah dapat mengalokasikan investasi sejak tahun pertama pemakaian produk ini. Untuk menjaga agar keuangan nasabah tetap aman dan sesuai rencana, kesempatan untuk mendapatkan manfaat bonus loyalitas ada di tahun ke-5 dan ke-10. Sedangkan, kesempatan untuk mendapatkan manfaat Bonus Investasi dimulai dari akhir tahun Polis ke-3.

Tak hanya itu, nasabah juga bebas melakukan penarikan atau penambahan dana setiap saat. Selain itu, produk ini juga tidak mengambil biaya dalam Pengalihan Dana Investasi untuk transaksi *online*.

Judul	FWD INSURANCE Luncurkan Produk Baru
Nama Media	Bisnis Indonesia
Newstrend	Produk Bancassurance FWD Insurance Indonesia
Halaman/URL	15
Tanggal Berita	2021-10-25
Sentimen	Netral

| ASURANSI UNIT-LINKED |

FWD Insurance Luncurkan Produk Baru

Bisnis, JAKARTA — PT FWD Insurance Indonesia memperkenalkan produk asuransi jiwa dengan skema investasi atau *unit-linked*, FWD Treasury Armor Link. Produk itu dipasarkan dengan menggandeng PT Bank Commonwealth.

Direktur, Chief of Operations, Product Proposition & Syariah FWD Insurance Ade Bungsu mengatakan bahwa pemasaran produk itu merupakan bagian dari kemitraan distribusi produk asuransi selama 15 tahun dengan Bank Commonwealth. Adapun, FWD Treasury Armor Link dapat dibeli melalui kantor cabang Bank Commonwealth di seluruh Indonesia.

“Produk ini memberikan perlindungan diri jangka panjang yang dapat diwariskan ke keluarga secara penuh jika meninggal dunia dan disaat yang sama membangun kesejahteraan finansial melalui hasil investasi dari premi yang diinvestasikan,” ujarnya, Kamis

(21/10).

Selain itu, kata Ade, pemegang polis bisa mendapatkan manfaat bonus loyalitas dan manfaat bonus investasi yang membantu nasabah mencapai tujuan investasi.

Produk itu memiliki sejumlah keunggulan, antara lain masa asuransi hingga usia 100 tahun dengan berbagai pilihan jenis investasi dengan hasil optimal dan berbagai pilihan asuransi tambahan yang bisa melengkapi perlindungan, alokasi investasi sejak tahun pertama dan kesempatan untuk mendapatkan manfaat bonus loyalitas pada tahun ke-5 dan ke-10, serta bebas melakukan penarikan atau penambahan dana setiap saat.

Menurutnya, ada satu fitur yang menarik dari FWD Treasury Armor Link yaitu bonus investasi. Fitur itu memberikan tambahan nilai atau bonus investasi yang akan menjaga kesinambungan atau pertum-

buhan dari nilai investasi saat IHSG turun. “Karena produk ini dilekatkan dengan asuransi kesehatan, ada pembayaran biaya asuransi kesehatan tiap bulan dan dengan terjadinya IHSG, kami ingin agar nilai investasi tidak tergerus,” kata Ade.

Chief of Retail & SME Business Bank Commonwealth Ivan Jaya menambahkan, target spesifik dari produk FWD Treasury Armor Link adalah keluarga muda yang memiliki perhatian terhadap kesejahteraan keluarga.

Dengan peluncuran produk baru asuransi itu, Bank Commonwealth berharap bisa meningkatkan kontribusi *fee based income* dari *bancassurance* hingga dua kali lipat secara tahunan. Ivan menuturkan kontribusi *bancassurance* terhadap total *fee based income* Bank Commonwealth cukup signifikan yakni 25%—30%. (Denis R. Mellanova)

Judul	CIMB is Seeking Better Indonesia Deal with AIA Group. Sun Life
Nama Media	Bloomberg.com
Newstrend	Produk Bancassurance CIMB
Halaman/URL	https://www.bloomberg.com/news/articles/2021-10-21/cimb-is-said-to-renegotiate-indonesia-deal-with-aia-sun-life?sref=y8WMmOK7
Tanggal Berita	2021-10-21
Sentimen	Netral

Deals

CIMB Is Seeking Better Indonesia Deal With AIA Group, Sun Life

By [Manuel Bajgorri](#) and [Elffie Chew](#)
October 21, 2021, 3:39 PM GMT+7

- A new bancassurance deal could be valued at up to \$400 million
- AIA, Sun Life already have partnerships with CIMB in Indonesia



Customers wait in line to enter a CIMB bank branch in Kuala Lumpur, Malaysia, on Wednesday, Aug. 11, 2021. Malaysia has eased strict restrictions for those who have completed the full vaccination regimen, allowing them to cross state borders and dine at restaurants as authorities seek to re-open the economy. Photographer: Samuel Saba/Bloomberg

BERITA DARI MALAYSIA

► **L41**

SHARE THIS ARTICLE

Share

Twitter

Post

Email

Malaysian lender CIMB Group Holdings Bhd is considering renegotiating terms of its bancassurance partnerships in Indonesia, according to people familiar with the matter, amid increasing interest from insurers seeking to expand in Southeast Asia.

CIMB, which owns a majority stake in Indonesia's PT Bank CIMB Niaga, is holding talks with existing insurance partners Hong Kong-based AIA Group Ltd. and Canada's Sun Life Financial Inc. about a revised deal, the people said, asking not to be identified because the information is private. A potential pact could be valued at between \$300 million and \$400 million, the people said.

In this article

CIMB	CIMB GROUP HOLD	5.24	↑1%
AIA	AIA	10.05	↓1%
SUN LIFE FINANCIAL	SUN LIFE FINANCIAL	70.54	↓0.54%
PT BANK CIMB NIAGA	PT BANK CIMB NIAGA	10.05	↓1%
PT BANK CIMB NIAGA	PT BANK CIMB NIAGA	10.05	↓1%
PT BANK CIMB NIAGA	PT BANK CIMB NIAGA	10.05	↓1%
PT BANK CIMB NIAGA	PT BANK CIMB NIAGA	10.05	↓1%
PT BANK CIMB NIAGA	PT BANK CIMB NIAGA	10.05	↓1%
PT BANK CIMB NIAGA	PT BANK CIMB NIAGA	10.05	↓1%
PT BANK CIMB NIAGA	PT BANK CIMB NIAGA	10.05	↓1%

Active User(s)

Considerations are still ongoing and no final decision has been made, the people said.

Sun Life declined to comment, while a representative for AIA, declining to comment on the talks, said the insurer has had a 20-year relationship with CIMB in Indonesia, and it continues to work on "strengthening and deepening this valued partnership." CIMB said in an email that it "doesn't disclose or comment on specific names or clients," and declined to elaborate.

Insurance giants such as Manulife Financial Corp. and AIA have been seeking a wider footprint in Asia. The rising competition is prompting many of the region's lenders to explore lucrative deals giving foreign insurers exclusive rights to distribute products through their banking networks. Under these agreements, an insurer typically pays an upfront amount to sell its products in bank branches.



Have a confidential tip for our reporters?
[GET IN TOUCH](#)

In March, AIA agreed to buy the life insurance unit of [Bank of East Asia Ltd.](#) and signed a distribution partnership with the Hong Kong-based lender. Sun Life took control of PT CIMB Sun Life and signed bancassurance partnership with CIMB Niaga in 2016.

Judul	BERITA FOTO – Aturan Unit-Link Terbit Akhir Tahun
Nama Media	Bisnis Indonesia
Newstrend	Regulasi Terkait PAYDI (Unitlink)
Halaman/URL	4
Tanggal Berita	2021-10-23
Sentimen	Netral

■ ATURAN UNIT-LINK TERBIT AKHIR TAHUN



Bisnis/Abdurachman

Karyawan beraktivitas di depan logo Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI), Jakarta, Jumat (22/10). Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menargetkan aturan baru mengenai produk Asuransi yang dikaitkan dengan investasi (PAYDI) atau lebih dikenal sebagai unit-link dapat diterbitkan pada akhir tahun ini. Aturan baru ini akan menyempurnakan aturan unit-link sebelumnya yang dibuat oleh Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan (Bapepam-LK) pada 2006.