

Rabu, 27 Oktober 2021

FM-CC-AAJI-006-00

Judul	BRI Life Bukukan Kenaikan Pendapatan 22,2% Jadi Rp 5,25 Triliun
Nama Media	Beritasatu.com
Newstrend	Kinerja BRI Life Semester III/2021
Halaman/URL	https://www.beritasatu.com/ekonomi/845713/bri-life-bukukan-kenaikan-pendapatan-222-jadi-rp-525-triliun
Tanggal Berita	2021-10-26
Sentimen	Netral

Home > Ekonomi

BRI Life Bukukan Kenaikan Pendapatan 22,2% Jadi Rp 5,25 Triliun

Selasa, 26 Oktober 2021 | 15:29 WIB
Oleh: Whisnu Bagus Prasetyo / WBP

 Jajaran direksi dalam media gathering BRI Life 2021 di Jakarta, Selasa 26 Oktober 2021.

Jajaran direksi dalam media gathering BRI Life 2021 di Jakarta, Selasa 26 Oktober 2021. (Foto: Dok)

Jakarta, Beritasatu.com - BRI Life, perusahaan asuransi jiwa hingga kuartal III 2021

BRI Life meningkat seiring perusahaan yang terus berkembang dalam memberikan perlindungan jangka panjang kepada nasabah," kata Direktur Utama BRI Life Iwan Pasila dalam media gathering BRI Life 2021 di Jakarta, Selasa (26/10/2021).

BACA JUGA

BRI Life Bayar Klaim Nasabah Senilai Rp 2,1 Miliar

Pendapatan usaha sebagian besar ditopang pendapatan premi yang meningkat 9,85% menjadi Rp 4,89 triliun di kuartal III 2021 dari Rp 4,45 triliun pada kuartal III 2020

Sementara laba hasil investasi BRI Life tumbuh signifikan mencapai Rp 520,76 miliar, dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya Rp 14,80 miliar. Peningkatan ini sudah termasuk hasil investasi pada *unit link* yang merupakan manfaat bagi nasabah.

Seiring dengan itu, Iwan menyampaikan jumlah pemegang polis BRI Life terus tumbuh mencapai 15,02 juta nasabah di kuartal III 2021 atau meningkat 34,81% secara yoy.

Iwan mengatakan hingga kuartal III 2021 BRI Life membayar klaim dan manfaat (bruto) mencapai Rp 4,01 triliun atau meningkat sebesar 44,10% secara yoy.

BACA JUGA

BRI Life Terima 2 Penghargaan dan Celar Aktivitas Berbagi

Dari sisi aset hingga kuartal III 2021 tumbuh 43,36% menjadi Rp 17,33 triliun dari Rp12,09 triliun di periode yang sama tahun 2020. Sementara pada sisi solvabilitas, BRI Life juga menunjukan peningkatan dimana nilai rasio *risk based capital* (RBC) mencapai 471%, jauh di atas RBC periode yang sama di tahun 2020 yang hanya sebesar 205%.

Iwan menyampaikan BRI Life berkontribusi *market share* terbesar ke-2 di industri asuransi jiwa Indonesia atau mencapai 10,21%. "Berdasarkan pencapaian pertumbuhan ini menjelaskan bahwa, PT Asuransi BRI Life terus tumbuh, melalui komitmen dan literasi yang terus disampaikan kepada masyarakat Indonesia," kata Iwan.

Direktur Operasional BRI Life Yosie William Iroth mengatakan salah satu terobosan bisnis BRI Life adalah memberikan pengalaman yang terbaik bagi nasabah asuransi, melalui pendekatan pelanggan dengan menawarkan produk inovatif, mudah dipahami dan relevan bagi nasabah, serta meningkatkan kualitas layanan prima. "Optimalisasi jalur pemasaran di BRI Life, kami konsentrasikan melalui lima kanal distribusi yakni distribusi, *in branch sales*, alternatif, *corporate* dan *agency*," jelas Yosie.

Judul	BRI Life Catatkan Pendapatan Usaha Rp 5,25 Triliun Pada Kuartal III 2021
Nama Media	Tribunnews.com
Newstrend	Kinerja BRI Life Semester III/2021
Halaman/URL	https://www.tribunnews.com/bisnis/2021/10/26/bri-life-catatkan-pendapatan-usaha-rp-525-triliun-pada-kuartal-iii-2021
Tanggal Berita	2021-10-26
Sentimen	Netral

BRI Life Catatkan Pendapatan Usaha Rp 5,25 Triliun Pada Kuartal III 2021

Selasa, 26 Oktober 2021 14:02 WIB



BRI Life



Laporan Wartawan Tribunnews.com, Ismoyo

TRIBUNNEWS.COM, JAKARTA - BRI Life yang merupakan salah satu perusahaan asuransi nasional, sukses mencatatkan kinerja keuangan yang positif hingga kuartal III-2021.

Direktur Utama BRI Life Iwan Pasia mengatakan, total pendapatan usaha hingga periode tersebut mencapai Rp 5,25 triliun atau meningkat 22,29 persen dibandingkan dengan periode yang sama di tahun sebelumnya (year on year/yoy).

Baca juga: *Menperin Apresiasi Langkah Hyundai Bangun Pabrik Kendaraan Listrik di Indonesia*



Pencapaian ini bersumber dari pendapatan premi yang meningkat sebesar 9,85 persen (yoy).

Di mana dari Rp 4,45 triliun pada kuartal III-2020 menjadi Rp4,89 triliun di kuartal yang sama 2021.

"Pencapaian ini mencerminkan tingkat kepercayaan nasabah yang meningkat, seiring dengan BRI Life yang terus berkembang dalam memberikan perlindungan jangka panjang kepada nasabah," papar Iwan di Jakarta, Selasa (26/10/2021).

Dirinya kembali melanjutkan, selain dari pendapatan premi, laba hasil investasi BRI Life juga tumbuh pada kuartal III 2021 hingga mencapai Rp 520,76 miliar.

Pertumbuhan tersebut naik signifikan, jauh dibandingkan periode sebelumnya yang hanya sebesar Rp 14,80 miliar, peningkatan ini sudah termasuk hasil investasi pada unit link yang merupakan manfaat bagi nasabah.

Baca juga: *Pemerintah Didorong Kendalikan Harga Batu Bara Domestik*

Seliring dengan kinerja BRI Life yang meningkat, Iwan menyampaikan, jumlah pemegang polis BRI Life juga terus tumbuh hingga mencapai 15,02 juta nasabah di kuartal III 2021 atau meningkat sebesar 34,81 persen (yoy).

Iklan untuk Anda: Inilah yang harus diketahui semua orang tentang pengobatan ambeien. Baca saja!

BRI Life berkomitmen untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi para nasabah khususnya terkait pembayaran klaim, nilai tunai, pelayanan polis, dan layanan lainnya. Untuk itu, kecepatan dan ketepatan dalam pelayanan menjadi syarat utama.

Klaim dan manfaat (Bruto) yang dibayarkan oleh BRI Life kepada nasabah hingga kuartal III-2021 telah mencapai Rp 4,01 triliun atau meningkat sebesar 44,10 persen (yoy).

"Sementara, untuk total aset BRI Life sampai dengan kuartal III 2021 tumbuh sebesar 43,36 persen dari Rp 12,09 triliun di tahun 2020 meningkat menjadi Rp 17,33 triliun pada periode tahun ini," pungkaskan Iwan.

Judul	BRI Life Bukukan Pendapatan Premi Rp4,89 Triliun pada Kuartal III/2021
Nama Media	Bisnis.com
Newstrend	Kinerja BRI Life Semester III/2021
Halaman/URL	https://finansial.bisnis.com/read/20211026/215/1458471/bri-life-bukukan-pendapatan-premi-rp489-triliun-pada-kuartal-iii2021
Tanggal Berita	2021-10-26
Sentimen	Netral

Home • Finansial • Asuransi

BRI Life Bukukan Pendapatan Premi Rp4,89 Triliun pada Kuartal III/2021

Pendapatan premi tersebut menopang pendapatan usaha BRI Life yang mencapai Rp5,25 triliun atau tumbuh 22,29 persen yoy

Diana Nisakha Mediana - [diana.com](#)
26 Oktober 2021 / 10:41 WIB



Chief Executive BRI Life Iwan Pasisa (jengah) memberikan laporan kinerja kuartal III/2021 dalam acara media gathering. Sobat (26/10/2021) - Denis Rantiza M

Bisnis.com, JAKARTA – PT Asuransi BRI Life membukukan pendapatan premi senilai Rp4,89 triliun sampai dengan kuartal III/2021. Perolehan ini tumbuh 9,95 persen year on year (yoy) dan sebelumnya Rp4,45 triliun pada kuartal III/2020.

Perolehan premi tersebut menopang pendapatan usaha perseroan yang mencapai Rp5,25 triliun atau tumbuh 22,29 persen yoy.

Direktur Utama BRI Life Iwan Pasisa mengatakan, seiring dengan pertumbuhan pendapatan tersebut, laba perseroan juga mencatatkan pertumbuhan yang cukup baik. Pada periode yang sama tahun lalu, perseroan mencatatkan rugi sekitar Rp10 miliar.

Baca Juga : Asuransi BRI Life Double Care, Premi Tunggal Manfaat Ganda, Perlindungan Pasti Untuk Pekerja dan Keluarga

"Sampai September kami [laba] ada di Rp120 miliar. Korbanya memang bagaimana kami lakukan efisiensi karena *top line* kami proyeksikan agak tertinggal tapi ternyata tidak. Jadi, *bottom line* memang masih cukup baik," ujar Iwan ketika ditemui usai acara *media gathering*, Selasa (26/10/2021).

Selain itu, laba hasil investasi BRI Life juga tumbuh signifikan dari Rp14,8 miliar pada kuartal III/2020 menjadi Rp520,76 miliar pada kuartal III/2021. Peningkatan ini sudah termasuk hasil investasi pada unit link yang merupakan manfaat bagi nasabah.

"Hasil investasi sangat baik karena memang ditopang kinerja portofolio non-unit link yang terus kami kembangkan dan kami jaga. Investasi kami harus cukup untuk bayar kewajiban yang muncul dan harus likuid sehingga saat kewajiban jatuh tempo, jangan sampai kami tidak bisa bayar klaim," katanya.

Baca Juga : DPR Nilai Asuransi dan Penjamin Percepat Kebangkitan UMKM Di Masa Pandemi

Dari sisi aset, BRI Life juga mencatatkan pertumbuhan total aset sebesar 43,36 persen dari Rp12,09 triliun pada kuartal III/2020 menjadi Rp17,33 triliun pada kuartal III/2021.



Dari sisi solvabilitas, BRI Life juga menunjukkan peningkatan dimana nilai *ratio risk based capital* (RBC) BRI Life kuartal III/2021 mencapai 471 persen, jauh di atas RBC periode yang sama di 2020 yang hanya sebesar 205 persen.

Iwan juga menyampaikan bahwa berdasarkan *annual premium equivalent* (APE), BRI Life berkontribusi *market share* terbesar ke-2 di industri asuransi jiwa Indonesia atau mencapai 10,21 persen.

"Berdasarkan pencapaian pertumbuhan ini menjelaskan bahwa, PT Asuransi BRI Life terus tumbuh, melalui komitmen dan kinerja yang terus disampaikan kepada masyarakat Indonesia dan kami optimis kinerja BRI Life akan meningkat signifikan di masa yang akan datang," katanya.

Seiring dengan kinerja BRI Life yang meningkat, jumlah pemegang polis BRI Life juga terus tumbuh hingga mencapai 15,02 juta nasabah di kuartal III/2021 atau meningkat sebesar 34,81 persen secara yoy.

Judul	Kuartal III, BRI Life Raup Laba Rp 120 Miliar
Nama Media	Investor Daily
Newstrend	Kinerja BRI Life Semester III/2021
Halaman/URL	24
Tanggal Berita	2021-10-27
Sentimen	Netral

Kuartal III, BRI Life Raup Laba Rp 120 Miliar

JAKARTA – PT Asuransi BRI Life (BRI Life) meraup laba bersih Rp 120 miliar, tumbuh positif 149% *year on year* (yoy) sampai kuartal III-2021. Laba ditopang dari perbaikan hasil investasi dan pertumbuhan pendapatan premi.

Direktur Utama BRI Life Iwan Pasila menyampaikan, pendapatan premi sampai dengan kuartal III-2021 melampaui ekspektasi perusahaan. Sedangkan realisasi hasil investasi diharapkan setidaknya bisa bertahan positif sampai akhir tahun. Tantangan lain adalah terus menyederhanakan proses bisnis agar lebih efisien. "Tahun lalu pada September kita rugi Rp 90 miliar, sekarang laba Rp 120 miliar atau tumbuh 149% *year on year*. Sampai akhir tahun diproyeksi masih positif, harapan kita bisa di atas itu," kata Iwan di Jakarta, Selasa (26/10).

Dia menerangkan, total pendapatan usaha BRI Life mencapai Rp 5,25 triliun atau meningkat 22,29% (yoy) hingga kuartal III-2021. Kepercayaan nasabah yang kian meningkat pun dinilai mendorong pendapatan premi menjadi Rp 4,45 triliun atau meningkat 9,85% (yoy).

Premi *unit link* tumbuh 20-30%, pertumbuhan juga dicatatkan asuransi mikro, sedangkan asuransi jiwa kredit (AJK) relatif menurun



Iwan Pasila

sebagai dampak sepiunya penyaluran kredit BRI. Meski begitu, target pertumbuhan premi 10% tetap diupayakan pada akhir tahun. Portofolio premi berdasarkan *annual premium equivalent* (APE) masih akan diperoleh 35% dari unit link, AJK 30%, dan asuransi mikro sekitar 30%.

Selain itu, kata dia, hasil investasi mencapai Rp 520,76 miliar pada kuartal III-2021, meningkat signifikan dibandingkan perolehan Rp 14,80 miliar pada periode sama tahun lalu. Saat ini, portofolio investasi mulai banyak ditempatkan pada SUN dan obligasi korporasi.

Sedangkan instrumen saham relatif sedikit karena memang produk yang dipasarkan cenderung kurang cocok dengan aset investasi tersebut.

Adapun klaim dan manfaat bruto sampai dengan kuartal III-2021 tumbuh 44,10% (yoy) menjadi Rp 4,01 triliun. Iwan mengungkapkan, peningkatan klaim yang cukup agresif itu banyak terjadi pada bulan Juli, Agustus, dan September 2021 untuk polis AJK. Tren tersebut mulai melandai pada bulan Oktober 2021.

Sementara itu, total Aset BRI Life sampai dengan tumbuh sebesar 43,36% dari Rp 12,09 triliun di tahun 2020 meningkat menjadi Rp17,33 triliun pada periode tahun ini. Rasio *risk based capital* (RBC) pun naik lebih dari dua kali lipat, naik dari 205% pada 2020 menjadi 471% pada September 2021. Kinerja tersebut tentu tidak lepas dari masuknya FWD sebagai salah satu pemegang saham BRI Life. "Per Maret 2021 BRI Life mengeluarkan saham baru kepada FWD setara 30%. Dalam hal ini pemegang saham lain termasuk BRI tidak berkurang. Kami akan mengeluarkan saham baru lagi pada dua tahun mendatang, sehingga nantinya FWD bisa pegang 44% dan BRI sebesar 51%, sisanya YKP (Yayasan Kesejahteraan Pegawai)," beber dia. (pri)

Judul	BRI Life Catat Pendapatan Usaha Rp 5,25 Triliun
Nama Media	Koran Sindo
Newstrend	Kinerja BRI Life Semester III/2021
Halaman/URL	8
Tanggal Berita	2021-10-27
Sentimen	Netral



Judul	BERITA FOTO- Kinerja BRI Life Meningkat
Nama Media	Ekonomi Neraca
Newstrend	Kinerja BRI Life Semester III/2021
Halaman/URL	5
Tanggal Berita	2021-10-27
Sentimen	Netral



NETACK/Widi Suparwati

KINERJA BRI LIFE MENINGKAT : Direktur Utama BRI Life Iwan Pasila (tengah) didampingi (dari ke kanan) Pejabat Eksekutif Pemasaran Sutadi, Pejabat Eksekutif Keuangan Lim Chet Ming, Direktur Operasional Yosie William Iroth dan Direktur Legal, Kepatuhan & SDM Dany Cahya Rukmana berbincang usai memberi pemaparan Kinerja BRI Life di Jakarta, Selasa (26/10). Sampai dengan Q3 2021, Kinerja BRI Life meningkat. Pendapatan Premi meningkat 9,85 persen (yoy) dari Rp4,45 triliun pada Q3 2020 menjadi Rp4,89 triliun di Q3 2021. Klaim yang dibayarkan pada Q3 2021 mencapai Rp4,01 triliun atau meningkat 44,10 persen (yoy).

Judul	Asuransi Jiwa Syariah Keluarga Indonesia * Asuransi Jiwa Terbaik Aset Di Bawah Rp 200 Miliar
Nama Media	Majalah Investor
Newstrend	Asuransi Jiwa Terbaik
Halaman/URL	43
Tanggal Berita	2021-10-26
Sentimen	Netral

ASURANSI JIWA SYARIAH KELUARGA INDONESIA

* ASURANSI JIWA TERBAIK ASET DI BAWAH RP 200 MILIAR

FOKUS MENGEKEMBANGKAN ASURANSI MIKRO SYARIAH

ASURANSI MIKRO MEMANG MENARIK SEBAGAI UPAYA mendorong penetrasi asuransi di Indonesia, tapi belum banyak perusahaan yang secara khusus menjadikan asuransi mikro sebagai fokus bisnis, apalagi dalam konsep syariah. Hal ini menjadi



Mudzakir, Direktur Utama PT Asuransi Syariah Keluarga Indonesia

alasan kehadiran Asuransi Jiwa Syariah Keluarga Indonesia (Asy-ki) mengembangkan bisnis dengan fokus produk asuransi mikro. Asuransi mikro menganut empat prinsip yakni sederhana, mudah, ekonomis (murah), dan cepat.

Dengan konsep tersebut, membuka kesempatan bagi masyarakat luas terutama yang selama ini terkendala besaran premi, dapat memperoleh perlindungan asuransi dengan harga lebih terjangkau. Sejak awal Asy-ki memiliki fokus untuk membangun kemandirian dan mengembangkan kesejahteraan ekonomi masyarakat terutama keluarga dari kalangan ekonomi menengah ke bawah atau masyarakat berpenghasilan rendah melalui Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) dan Asuransi Syariah.

Ada beberapa produk yang ditawarkan saat ini berupa asuransi jiwa, asuransi mikro, dan asuransi kesehatan. Produk-produk tersebut antara lain, Muawanah Keluarga, Muawanah Ihtiar Diri, Muawanah Kebajikan Kumpulan,

Muawanah Pembiayaan, Muawanah Pendidikan, Muawanah Berencana, Muawanah Ihtiar (asuransi jiwa), Muawanah Sakinah (asuransi mikro), Muawanah Sehat (asuransi kesehatan).

Di tahun 2020, Asy-ki berhasil mencatatkan pendapatan kontribusi sebesar Rp46,05 miliar, naik dari Rp43,20 miliar *year on year* (yoy). Surplus underwriting dana tabarru tercatat sebesar Rp217,79 juta, naik 131,55% yoy, dari semula minus Rp690,50 juta. Tim juri sepakat memilih Asy-ki sebagai asuransi jiwa syariah terbaik untuk kelas aset di bawah Rp200 miliar. [WINDARTO]

Judul	Andalkan Digitalisasi, Begini Proyeksi AXA Mandiri di 2022
Nama Media	Cnbcindonesia.com
Newstrend	Transformasi Digital AXA Mandiri
Halaman/URL	https://www.cnbcindonesia.com/news/20211026143113-4-286650/andalkan-digitalisasi-begini-proyeksi-axa-mandiri-di-2022
Tanggal Berita	2021-10-26
Sentimen	Netral

Andalkan Digitalisasi, Begini Proyeksi AXA Mandiri di 2022

NEWS - Teti Purwardi, CNBC Indonesia | 26 October 2021 14:37

SHARE | [f](#) [t](#)



Foto: Presiden Direktur PT AXA Mandiri Financial Service Handojo Gunawan Kusuma (CNBC Indonesia)

Jakarta, CNBC Indonesia - Presiden Direktur PT AXA Mandiri Financial Service Handojo Gunawan optimis tahun depan perekonomian Indonesia bisa pulih dengan pandemi Covid-19 yang lebih terkontrol dan masyarakat bisa hidup berdampingan. Tahun depan, menurut dia, adaptasi digital pun akan semakin kuat di tengah masyarakat termasuk untuk asuransi.

"Kami juga akan terus menyesuaikan diri dengan mengadopsi digital

Andalkan Digitalisasi, Begini Proyeksi AXA Mandiri di 2022

Indonesia Award 2021 'The Best Insurance Companies', Selasa (26/10/2021).

Di tengah ketidakpastian yang terjadi tahun ini, pertumbuhan premi yang dicatatkan perusahaan pun masih positif. Hingga semester I-2021, pertumbuhan premi tercatat 14%-15% dan diproyeksikan tetap akan bertumbuh tahun depan.

ADVERTISEMENT

SCROLL TO RESUME CONTENT

Baca: OJK Rilis Cetak Biru Transformasi Digital Bank RI, Cek Isinya

Pihaknya juga terus menghadirkan produk baru bagi masyarakat, dengan produk Unit Link yang masih dominan. Meski demikian, AXA Mandiri juga mengantisipasi adanya perubahan kebutuhan masyarakat terhadap jenis produk asuransi.

"Misalnya ketika pandemi ini, ada produk yang disesuaikan saat pandemi, produk fasilitas tunjangan ketika Covid-19 contohnya. Kemudian yang memberikan fasilitas isolasi tanpa harus dirawat di RS. Jadi ada beberapa pengecualian sesuai dengan kebutuhan sekarang ini," kata dia.

Tahun depan perusahaan juga masih tetap fokus pada digitalisasi, dan memberikan kemudahan bagi yang mengajukan klaim secara digital. Menurut nasabah masih perlu mendapatkan edukasi dan komunikasi lebih intensif perihal klaim secara daring.

"Misalnya soal kelengkapan dokumen yang harus diberikan, kemudian fasilitas berkomunikasi secara daring dengan nasabah agar mereka tahu sampai mana prosesnya. Selain itu edukasi terhadap nasabah mengenai ragam asuransi juga penting," ujar Handojo.

Judul	Prudential Jalankan Program Literasi Keuangan untuk Berbagai Komunitas
Nama Media	Kompas.com
Newstrend	Literasi Keuangan Prudential Indonesia
Halaman/URL	https://money.kompas.com/read/2021/10/26/171858726/prudential-jalankan-program-literasi-keuangan-untuk-berbagai-komunitas
Tanggal Berita	2021-10-26
Sentimen	Netral

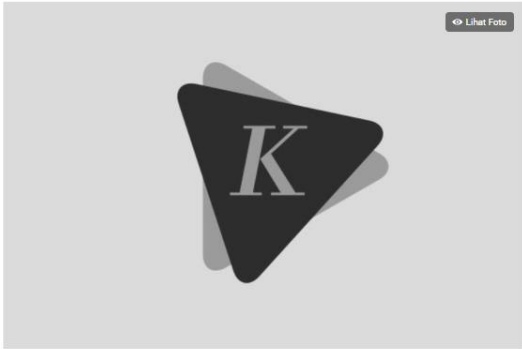
[Home](#) / [Money](#) / [Rilis](#)

Prudential Jalankan Program Literasi Keuangan untuk Berbagai Komunitas

Kompas.com • 26/10/2021, 17:18 WIB

BAGIKAN: [f](#) [t](#) [w](#) [v](#)

[Komentar 1](#)



[Lihat Foto](#)

0

Penulis: [Ade Miranti Karunia](#) | Editor: [Bambang P. Jatmiko](#)

JAKARTA, KOMPAS.com - PT Prudential Life Assurance ([Prudential Indonesia](#)) melakukan pelatihan [literasi keuangan](#) kepada kelompok perempuan, anak, komunitas ekonomi syariah, dan UMKM.

Chief Human Resources and Community Investment Officer Prudential Indonesia Indriyati Rahayoe menyebutkan, indeks inklusi keuangan Indonesia dilaporkan sudah mencapai 76,19 persen, melampaui target Strategi Nasional Keuangan Inklusif (SNKI) yaitu sebesar 75 persen.

Meski demikian, kondisi ini dinilai masih belum ideal karena masyarakat menggunakan produk keuangan tanpa pemahaman yang memadai tentang pengelolannya. Hal ini terlihat dari indeks literasi keuangan yang baru mencapai 38,03 persen.

Baca juga: Himbara: Literasi Keuangan Jadi Isu Terbesar Saat Ini

"Pemahaman keuangan harus kian ditingkatkan terutama dalam kondisi pandemi yang menyebabkan berbagai tekanan dan ketidakpastian ekonomi," ujarnya melalui keterangan pers tertulis, Selasa (26/10/2021).

Hingga September 2021, program ini telah memberikan manfaat kepada lebih dari 41.000 perempuan Indonesia di seluruh Indonesia, dan ditargetkan untuk mencapai 50.000 perempuan pada 2022.

Kemudian, edukasi literasi keuangan untuk anak Cha-Ching, merupakan program literasi keuangan untuk anak usia 7-12 tahun yang dikembangkan oleh Prudence Foundation.

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

Edukasi literasi keuangan untuk komunitas ekonomi syariah dilakukan bersama Masyarakat Ekonomi Syariah (MES) sejak 2014 dan hingga kini telah menjangkau hampir 28.000 masyarakat.

Terakhir, edukasi literasi keuangan untuk pelaku UMKM. Program ini ditargetkan menjangkau 800 pemilik UMKM hingga akhir tahun ini.

"Prudential Indonesia melalui berbagai program Community Investment terus melatih kemampuan pengelolaan uang bagi para perempuan, anak-anak sebagai generasi penerus, komunitas ekonomi Syariah, hingga pelaku UMKM agar mereka dapat memiliki perencanaan keuangan yang sehat dan bisa mendapatkan yang terbaik dalam hidupnya," tuturnya.



TERPOPULER

- 1

Siap-siap Tes SKB CPNS 2021: Kemungkinan Tidak Ada Lagi Ujian Susulan

Dibaca 25.062 kali
- 2

Pendaftaran Kartu Prakerja Gelombang 22 Ditutup Besok. Daftar di [www.prakerja.go.id](#)

Dibaca 15.743 kali
- 3

Harga PCR Diminta Turun Rp 300.000. Menkes: Tidak Rencana Subsidi...

Dibaca 7.355 kali
- 4

Kuota Kartu Prakerja Gelombang 22 46.000. Daftar di [Prakerja.go.id](#)

Dibaca 6.769 kali

Judul	Biar Melek Keuangan, Ibu-ibu sampai UMKM Coba Cara Ini
Nama Media	Detik.com
Newstrend	Literasi Keuangan Prudential Indonesia
Halaman/URL	https://finance.detik.com/moneter/d-5783374/biar-melek-keuangan-ibu-ibu-sampai-umkm-coba-cara-ini
Tanggal Berita	2021-10-26
Sentimen	Netral

UMKM & MELEK / PRUDENTIAL

Biar Melek Keuangan, Ibu-ibu sampai UMKM Coba Cara Ini

Tim detikcom - detikFinance
Sabtu, 26 Okt 2021 13:35 WIB

0/0 komentar

SHARE



Biar Melek Keuangan, Ibu-ibu sampai UMKM Coba Cara Ini

Jakarta - Literasi keuangan adalah sesuatu yang harus dimiliki oleh semua orang, karena dengan literasi keuangan yang tinggi, masyarakat akan mempunyai konsep dasar finansial yang kuat dan bisa mengatur keuangan dengan lebih baik lagi.

Dalam mendukung hal itu, PT Prudential Life Assurance (Prudential Indonesia) lewat Community Investment memberikan pelatihan literasi keuangan kepada sejumlah target yang sangat potensial untuk berkembang dan berperan penting dalam mengakselerasi pertumbuhan ekonomi nasional, yaitu perempuan, anak, komunitas ekonomi Syariah, dan UMKM.

Langkah ini digambarkan untuk turut menyukseskan Bulan Inklusi Keuangan 2021 & Hari Asuransi 2021 sepanjang Oktober. Saat ini nilai indeks inklusi keuangan Indonesia dilaporkan sudah mencapai 76,10% melampaui target Strategi Nasional Keuangan Inklusif (SNKI) yaitu sebesar 75%.



Meski demikian, kondisi ini masih belum ideal karena masyarakat menggunakan produk keuangan tanpa pemahaman yang memadai tentang pengelolaannya. Hal ini terlihat dari indeks literasi keuangan yang baru mencapai 38,03%.

Baca Juga:
Begitu Caranya Supaya Inklusi Keuangan UMKM Nggak Cuma Wacana

Indriji Rahayowa, Chief Human Resources and Community Investment Officer Prudential Indonesia menyebut terdapat kesenjangan yang cukup besar antara indeks inklusi dan literasi keuangan.

"Oleh karena itu, kita perlu mengatasinya dengan membekali masyarakat pengetahuan untuk membuat keputusan keuangan yang cerdas dan memahami berbagai pilihan perencanaan keuangan yang tersedia, seperti perlindungan asuransi untuk keluarga," kata dia dalam keterangannya, Selasa (25/10/2021).

Memahami pentingnya upaya-upaya untuk meningkatkan literasi keuangan di Indonesia guna membantu individu menghindari kerapuhan ekonomi di masa depan, pendidikan menjadi salah satu pilar utama inisiatif Community Investment perusahaan dalam memberdayakan masyarakat.

"Prudential Indonesia melalui berbagai program Community Investment terus melatih kemampuan pengelolaan uang bagi para perempuan, anak-anak sebagai generasi penerus, komunitas ekonomi Syariah, hingga pelaku UMKM agar mereka dapat memiliki perencanaan keuangan yang sehat dan bisa mendapatkan yang terbaik dalam hidupnya," paparnya.

Community Investment Prudential Indonesia telah melakukan berbagai rangkaian inisiatif yang strategis untuk meningkatkan literasi keuangan masyarakat Indonesia, di antaranya edukasi literasi keuangan untuk perempuan, edukasi literasi keuangan untuk anak, edukasi literasi keuangan untuk komunitas ekonomi syariah, hingga edukasi literasi keuangan untuk pelaku UMKM.

Baca Juga: Pandemi Covid-19 menyebabkan kebutuhan dana bagi nasabah asuransi meningkat

Selama Bulan Inklusi Keuangan, seluruh kegiatan edukasi secara intensif dilakukan bersama Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dalam format virtual di lingkup nasional.

Selain itu, sejak akhir Desember 2020, Prudential Indonesia juga secara aktif melakukan edukasi literasi keuangan, khususnya yang terkait dengan literasi asuransi melalui sosial media dan media online. Hingga kini, inisiatif literasi asuransi tersebut telah menjangkau lebih dari 2,38 juta masyarakat Indonesia.

Judul	Prudential Life Bertahan di Garda Terdepan
Nama Media	Cnbcindonesia.com
Newstrend	Kinerja Prudential Life Per Juni 2021
Halaman/URL	https://www.cnbcindonesia.com/market/20211026093455-17-286530/prudential-life-bertahan-di-garda-terdepan
Tanggal Berita	2021-10-26
Sentimen	Netral

CNBC Indonesia > Market > Berita Market

Prudential Life Bertahan di Garda Terdepan

MARKET - Arif Gunawan, CNBC Indonesia | 26 October 2021 14:33

SHARE | [f](#) [t](#)



Foto: Chief Marketing & Communications Officer PT Prudential Life Assurance Lusito Hambali (CNBC Indonesia)

Jakarta, CNBC Indonesia - Pandemi Covid-19 menghembuskan angin kencang yang menerjang perusahaan asuransi jiwa nasional. Di tengah situasi penuh tantangan tersebut, PT Prudential Life Assurance bertahan di garda terdepan memulai pemulihan.

Ketika badai tengah menerpa, pohon tertinggalah yang akan menghadapi hembusan yang terkencang. Sementara itu, pohon perdu dan semak hanya terkena limpasan angin yang tersisa. Apalagi, rerumputan yang hanya bergoyang seperti biasa.

Adagium tersebut sangat tepat menggambarkan situasi industri asuransi di tengah terpaan keras pandemi Covid-19 tahun lalu. Sepanjang tahun 2020, total pendapatan premi asuransi jiwa berkontraksi 7,23% secara tahunan (*year on year/yo*) dari Rp 185,33 triliun di akhir 2019 menjadi Rp 171,93 triliun.



Di tengah situasi demikian, perusahaan-perusahaan asuransi besar pun menghadapi tantangan terbesar, terutama ketika pasar modal, yang menjadi ekosistem utama penempatan investasi dana kelolaan mereka mengalami volatilitas tinggi. Semakin besar dana kelolaan, semakin pelik juga menghadapi tekanan pasar maupun penempatan dana.

Baca: Aduan Konsumen Selama Pandemi Naik, Layanan Bank Terbanyak

Namun di tahun 2021, pemulihan mulai terlihat. Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) mencatat total aset asuransi jiwa tumbuh 14,8% (yo) menjadi Rp 585,21 triliun pada semester I-2021. Total investasi pun mencapai Rp 517,03 triliun, atau tumbuh sebesar 16,1%.

Salah satu perusahaan asuransi jiwa yang tahun lalu mampu melewati badai hingga menunjukkan pemulihan tahun ini adalah PT Prudential Life Assurance (Prudential Indonesia), yang merupakan perusahaan asuransi dengan aset terbesar.

Per Juni 2021, perseroan mencetak aset senilai Rp71 triliun, menjadi salah satu yang terbesar di industri dan dipercaya mengelola total aset investasi sebesar Rp85,2 triliun yang dikelola dengan praktik investasi yang bertanggungjawab.

Efek pandemi kian pudar sebagaimana terlihat dari Total pendapatan premi Prudential Indonesia sebesar Rp11,4 triliun, yang sebagian besar berasal dari premi reguler dan juga ditopang oleh pertumbuhan pendapatan dari produk dengan premi yang terjangkau.

Pendapatan premi reguler Prudential Indonesia adalah yang terbesar di industri asuransi jiwa Indonesia (berdasarkan data kuartal kedua AAJI 2021). Prudential Indonesia juga mencatatkan perolehan laba setelah pajak di angka Rp 1,9 triliun. Perolehan laba tersebut merupakan yang tertinggi di industri.

Kinerja Keuangan PT Prudential Life Assurance (Rp Triliun)



Chart: All Data - Source: Perseroan - Get the data

Hingga kuartal kedua ini dari Januari hingga Juni 2021, Prudential Indonesia juga membuktikan komitmen perlingkungannya terhadap nasabah melalui pembayaran klaim dan manfaat sebesar Rp8,1 triliun.

Angka pembayaran manfaat klaim tersebut setara dengan 10.85% dari total pembayaran klaim industri asuransi jiwa pada periode tersebut, dan juga menjadi salah satu yang tertinggi di industri asuransi jiwa.

Tak Berhenti Mendorong Literasi

Didirikan pada tahun 1995, Prudential Indonesia merupakan bagian dari Prudential plc, sebuah grup perusahaan jasa keuangan terkemuka di Inggris yang berpengalaman lebih dari 173 tahun di industri asuransi jiwa. Di Indonesia, per Juni 2021 perseroan melindungi 2,6 juta tertanggung.

Untuk mewujudkan masyarakat Indonesia yang lebih sehat dan sejahtera dengan asuransi jiwa, bersama Otoritas Jasa Keuangan (OJK), perseroan turut aktif mengedukasi publik mengenai manfaat dan pentingnya terlindungi asuransi jiwa.

Kinerja Investasi PAYDI PT Prudential Life Assurance (%)

NAMA PRODUK	1 MINGGU	1 BULAN	3 BULAN	6 BULAN	YTD	TAI
PRULink Rupiah Value Discovery Equity Fund	-1	5	2	5	10	
PRULink Rupiah Infrastructure & Consumer Equity Fund	-1	6	4	4	9	
PRULink Rupiah Global Emerging Markets Equity Fund	1	-1	-3	-5	9	
PRULink Rupiah Equity Fund Plus	-1	7	8	7	6	
PRULink Rupiah Equity Fund	-1	8	10	6	4	
PRULink Rupiah Managed Fund Plus	-1	5	6	6	5	
PRULink Rupiah Indonesia Greater China Equity Fund	-0	6	2	1	4	
PRULink Rupiah Multi Assets Navigator Fund	0	1	-0	2	7	
PRULink Rupiah Managed Fund	-0	2	4	5	3	
PRULink Rupiah Global Low Volatility Equity Fund	1	-1	-3	-1	8	

Dengan melihat keunggulan perseroan dari sisi kekuatan aset, strategi branding, dan kekuatan dari sisi profitabilitas, Prudential Indonesia terpilih menjadi pemenang **CNBC Indonesia Awards** untuk kategori

The Best Life Insurance 2021, mengalahkan nominee di industri asuransi jiwa lain. Prudential meraih skor 89 (dari 100).

Untuk mencapai penilaian tersebut, **Tim Riset CNBC Indonesia** melakukan rekapitulasi kinerja keuangan (per Juni 2021) perusahaan asuransi jiwa yang memenuhi persyaratan yakni menjunjung prinsip transparansi, tidak sedang menghadapi kasus litigasi serius, dan tak terlibat fraud.

Lalu, kami melakukan kajian riset dan analisis terhadap kinerja mereka untuk menemukan skor terbaik. Strategi perseroan dalam menjaga branding juga masuk dalam penilaian, melalui *media monitoring* dan analisis konten terhadap 10 media utama ekonomi bisnis yang intens mengangkat seputar industri perasuransian. Proses kajian dan analisis kami lakukan pada September-Oktober.

Hasilnya, Prudential Indonesia meraih skor terbaik dari sisi resiliensi (daya tahan) yang terlihat dari kekuatan modal dengan posisi *risk based capital* (RBC) yang kuat sebesar 428% (per Juni 2021), keunggulan aset di industri, konsistensi menjaga nilai bagi pemegang polis dengan pembayaran manfaat klaim sesuai ketentuan, dan nilai tambah pemegang saham yang terlihat dari keunggulan profitabilitas.

Prudential Indonesia menjadi *role model* dalam manajemen perusahaan asuransi di tengah era pemulihan pandemi dengan konsisten melayani nasabah, menjaga nilai bagi pemegang saham, menjalankan bisnis sesuai peraturan, dan komitmen membangun literasi asuransi.

TIM RISET CNBC INDONESIA

Judul	Allianz Tawarkan Solusi Perlindungan & Perencanaan Tujuan Keuangan untuk Segmen Nasabah Perbankan
Nama Media	Jatim.tribunnews.com
Newstrend	Produk Bancassurance Allianz Life Indonesia
Halaman/URL	https://jatim.tribunnews.com/2021/10/26/allianz-tawarkan-solusi-perlindungan-perencanaan-tujuan-keuangan-untuk-segmen-nasabah-perbankan
Tanggal Berita	2021-10-26
Sentimen	Netral

Berita Surabaya

Allianz Tawarkan Solusi Perlindungan & Perencanaan Tujuan Keuangan untuk Segmen Nasabah Perbankan

Onyx, 26 Oktober 2021 | 12:04

Penulis: Fitri Firmansyah | Editor: Nidho Wiparyanto



Proteksi asuransi Allianz Life untuk perencanaan tujuan

Asuransi Mobil Dijamin Terhemat
 All Risk Mobil
 Rp 3.050.000 /tahun
 Rp 1.982.500 /tahun

Laporan Wartawan TribunJatim.com, Fitri Firmansyah

TRIBUNJATIM.COM, SURABAYA – Setiap orang tentu memiliki harapan dan optimisme untuk mencapai kualitas hidup yang lebih baik di masa mendatang. Salah satu persiapan yang dapat dilakukan adalah merencanakan ketahanan finansial, agar dapat menikmati hari tua bahagia bersama keluarga.

Dalam mewujudkan hal tersebut, penting bagi setiap individu untuk memahami kebutuhannya ketika membuat perencanaan keuangan, termasuk solusi perlindungan asuransi yang dapat memberikan antisipasi dari berbagai risiko kehidupan.



Diabetes Hilang Selamanya!
 Kembali fit sebelum Tahun Depan

Dalam survei yang dilakukan pada lebih dari 2.700 orang nasabah Allianz Life Indonesia dari segmen kelas menengah, kekhawatiran terbesar mengarah kepada permasalahan kesehatan yaitu sebesar 65% dan tidak dapat memberikan warisan kepada pasangan atau anak sebesar 62%.

Kesadaran yang tinggi terhadap risiko kehidupan, serta pemahaman bahwa asuransi dapat menjadi salah satu instrumen untuk persiapan legacy atau warisan, ditunjukkan oleh 96% responden.

Kemudian 81% responden menyatakan telah mempertajam legacy bagi anak atau pasangan mereka.



KESAL UTANG SEBESAR Rp500
DIBAKAR SEUSAI H UTANG

Untuk melengkapi kebutuhan ini, PT Asuransi Allianz Life Indonesia (Allianz Life Indonesia) menghadirkan solusi terbaru produk asuransi jiwa unit link yang memberikan perlindungan diri dan keluarga, sekaligus dapat mendukung tercapainya perencanaan keuangan yang dibuat oleh nasabah.

Allianz Life Indonesia menyediakan produk untuk memenuhi kebutuhan nasabah dua mitra perbankan, yaitu "MyIntention Supreme" untuk nasabah Bank Maybank Indonesia dan "Saurdia Supreme Life" untuk nasabah Bank BTPN.

Bianto Surodjo, Direktur & Chief of Partnership Distribution Officer Allianz Life Indonesia mengatakan, pihaknya berkomitmen untuk menghadirkan solusi perlindungan asuransi yang sesuai dengan kebutuhan nasabah mitra perbankan.

Ikan untuk Anda: Diabetes hilang selamanya & pankreas kembali sehat! 100% alami

Selain itu, dapat memberikan manfaat jangka panjang, terutama yang dapat memberikan proteksi yang baik serta untuk tujuan perencanaan transfer aset ke generasi berikutnya, yang saat ini menjadi perhatian besar bagi banyak keluarga kelas menengah atas di Indonesia.

"Harapan kami program ini dapat menjadi solusi bagi para nasabah perbankan," ungkap Bianto, Selasa (26/10/21).

Bianto mengklaim, produk yang ditawarkan pihaknya itu dapat memberikan ketenangan ketika nasabah sedang dalam usia produktif, dan memberikan perlindungan asuransi jiwa sampai dengan usia 100 tahun.

Tambahan, sebagai apresiasi kepada nasabah yang konsisten melakukan pembayaran premi, maka di tahun kelima, nasabah akan mendapatkan bonus persistensi yang dapat menambah tujuan nilai investasi yang ingin dicapai.

Selain itu, terdapat potensi penurunan biaya asuransi jangka panjang, sehingga nasabah tidak hanya mendapatkan ketenangan dalam menghadapi berbagai risiko kehidupan, tetapi juga saat menikmati hasil kesuksesan di masa depan.

"Pada intinya, produk yang disediakan Allianz Life Indonesia berbeda serta dengan mitra perbankan ini berdasarkan visi dan misi yang sama, yaitu untuk memberikan solusi keuangan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah mitra perbankan agar dapat melindungi dan mempersiapkan masa depannya. Allianz Life Indonesia akan terus memperkuat komitmen untuk

Judul	Allianz Life Indonesia Tawarkan Solusi Perlindungan dan Perencanaan Tujuan Keuangan untuk Segmen Upper Mass Affluent Nasabah Perbankan
Nama Media	Bengkulutoday.com
Newstrend	Produk Bancassurance Allianz Life Indonesia
Halaman/URL	https://www.bengkulutoday.com/allianz-life-indonesia-tawarkan-solusi-perlindungan-dan-perencanaan-tujuan-keuangan-untuk-segmen
Tanggal Berita	2021-10-26
Sentimen	Netral

26 Okt. 2021

Allianz Life Indonesia Tawarkan Solusi Perlindungan dan Perencanaan Tujuan Keuangan untuk Segmen Upper Mass Affluent Nasabah Perbankan



Allianz Life Indonesia Tawarkan Solusi Perlindungan dan Perencanaan Tujuan Keuangan untuk Segmen Upper Mass Affluent Nasabah Perbankan



Jakarta, Bengkulutoday.com - 25 Oktober 2021. Setiap orang tentu memiliki harapan dan optimisme untuk mencapai kualitas hidup yang lebih baik di masa mendatang. Salah satu persiapan yang dapat dilakukan adalah merencanakan kemandirian finansial, agar dapat menikmati hari tua bahagia bersama keluarga. Dalam mewujudkan hal tersebut, penting bagi setiap individu untuk mematuhi kebutuhannya ketika membuat perencanaan keuangan, termasuk solusi perlindungan asuransi yang dapat memberikan antipaksi dari berbagai risiko kehidupan.

Dalam survei yang dilakukan pada total dari 2.750 orang nasabah Allianz Life Indonesia dari segmen kelas menengah, ketidawaspadaan terbesar mengenai kepada permasalahan kesehatan yaitu sebesar 65% dan tidak dapat memberikan warisan kepada pasangan atau anak sebesar 62%. Kesadaran yang tinggi terhadap risiko kehidupan, serta pemahaman bahwa asuransi dapat menjadi salah satu instrumen untuk portofolio legacy atau warisan, ditunjukkan oleh 96% responden. Kemudian 61% responden menyatakan telah mempersiapkan legacy bagi anak atau pasangan mereka.



Untuk mengatasi kebutuhan ini, PT Asuransi Allianz Life Indonesia (Allianz Life Indonesia) menghadirkan solusi terbaru produk asuransi jiwa unit link yang memberikan perlindungan diri dan keluarga, sekaligus dapat mendukung tercapainya perencanaan keuangan yang dibuat oleh nasabah. Allianz Life Indonesia menyediakan produk untuk memenuhi kebutuhan nasabah dia mitra perbankan, yaitu "MyProtection Supreme" untuk nasabah Bank Maybank Indonesia dan "Guardia Supreme Life" untuk nasabah Bank BTPN.



Bianco Sunodjo, Direktur & Chief of Partnership Distribution Officer Allianz Life Indonesia mengatakan, "Kami berkomitmen untuk menghadirkan solusi perlindungan asuransi yang sesuai dengan kebutuhan nasabah mitra perbankan, serta dapat memberikan manfaat jangka panjang. Tawaran yang dapat memberikan proteksi yang baik serta untuk tujuan perencanaan transfer aset ke generasi berikutnya, yang saat ini menjadi perhatian besar bagi banyak keluarga kelas menengah atas di Indonesia. Harapan kami program ini dapat menjadi solusi bagi para nasabah perbankan."



Produk ini dapat memberikan ketenangan ketika nasabah sedang dalam usia produktif dan memberikan perlindungan asuransi jiwa sampai dengan usia 100 tahun. Sebagai apresiasi kepada nasabah yang konsisten melakukan pembayaran premi, di tahun kelima nasabah akan mendapatkan bonus persikensi yang dapat menambah tujuan nilai investasi yang ingin dicapai. Selain itu, terdapat potensi penurunan biaya asuransi jangka panjang sehingga nasabah tidak hanya mendapatkan ketenangan dalam menghadapi berbagai risiko kehidupan, tetapi juga saat menikmati hasil kesuksesan di masa depan.

Produk yang disediakan Allianz Life Indonesia bekerja sama dengan mitra perbankan berstatuskan visi dan misi yang sama, yaitu untuk memberikan solusi keuangan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah mitra perbankan agar dapat melindungi dan mempersiapkan masa depannya. Allianz Life Indonesia akan terus memperkuat komitmen untuk memberikan perlindungan asuransi kepada lebih banyak masyarakat Indonesia.

Judul	Allianz Beberkan Peluang Industri Asuransi Saat Pandemi
Nama Media	Cnbcindonesia.com
Newstrend	Edukasi Calon Nasabah Asuransi Allianz Life Indonesia
Halaman/URL	https://www.cnbcindonesia.com/news/20211026152231-4-286682/allianz-beberkan-peluang-industri-asuransi-saat-pandemi
Tanggal Berita	2021-10-26
Sentimen	Netral

Allianz Beberkan Peluang Industri Asuransi Saat Pandemi

NEWS - Khoirul Anam, CNBC Indonesia | 26 October 2021 15:32

SHARE |  



Foto: Direktur & Chief Marketing Officer PT Asuransi Allianz Life Indonesia, Karin Zulkarnaen (CNBC Indonesia)

Jakarta, CNBC Indonesia - Direktur & Chief Marketing Officer PT Asuransi Allianz Life Indonesia Karin Zulkarnaen mengatakan, adanya peluang bagi industri asuransi selama masa pandemi Covid-19. Apalagi dengan gencarnya adaptasi yang dilakukan termasuk oleh industri asuransi.

Karin mengatakan pada Maret 2020 perusahaan telah mempersiapkan infrastruktur dan jaringan untuk melayani secara digital. Saat ini 79% proses klaim dan aplikasi nasabah baru dilakukan secara online.

"Kalau belum berinvestasi secara online kami akan kesulitan, namun dengan relaksasi yang diberikan OJK sangat membantu kami untuk mendorong pertumbuhan," kata Karin dalam CNBC Indonesia Award 2021 'The Best Insurance Companies', Selasa (26/10/2021).



Selain itu, pandemi membuat masyarakat semakin sadar akan biaya kesehatan yang semakin meningkat. Di masa pandemi saja Allianz telah meluncurkan 31 produk baru yang menyesuaikan kebutuhan nasabah.

Baca: Andalkan Digitalisasi, Begini Proyeksi AXA Mandiri di 2022

"Bahwa karena semakin aware terhadap kesehatan, semakin tinggi peningkatan terhadap asuransi. Kami melihat kenaikan terhadap dana darurat. Sekitar 74% mengalokasikan dana darurat lebih tinggi dari sebelum masa pandemi," kata dia.

Adapun lanjutnya, dalam memenuhi kesadaran masyarakat akan asuransi, Allianz menyediakan berbagai edukasi. Dia menegaskan, informasi harus tersedia ketika masyarakat membutuhkan.

"Di mana kami menyiapkan satu fitur mencari agen dari website kami. Masyarakat mencari website kami, mereka dengan mudah ditemukan dengan tenaga pemasar kami. Itu salah satu contoh," jelas Karin.

Disebutkan, inovasi menjadi kunci utama dalam perkembangan bisnis. Adapun hal ini berkaitan dengan penggunaan teknologi digital.

"Waktu di pandemi 1,5 tahun, kita berhasil meluncurkan 31 produk baru selama pandemi. Kenapa inovasi sangat penting? Karena banyak perubahan dari sisi nasabah, karena kebutuhan semakin banyak," kata dia.

Pandemi berdampak pada penghasilan masyarakat, sehingga dibutuhkan produk asuransi yang terjangkau untuk memenuhinya. Allianz juga berinovasi pada produk yang sesuai dengan komunitas dan masuk ke pasar-pasar baru.

"Di sini peluang membuat produk dan produk itu mendorong pendapatan kami. Yang membutuhkan produk asuransi juga segmen bawah. Di situ kami menciptakan produk untuk komunitas," jelas Karin.

Judul	Pebisnis Wajib Tahu, Apa Itu Bisnis Sehat dan Implementasinya
Nama Media	Nova.grid.id
Newstrend	Literasi Keuangan Nasabah Allianz Life Indonesia
Halaman/URL	https://nova.grid.id/read/052961524/pebisnis-wajib-tahu-apa-itu-bisnis-sehat-dan-implementasinya?page=all
Tanggal Berita	2021-10-26
Sentimen	Netral

Pebisnis Wajib Tahu, Apa Itu Bisnis Sehat dan Implementasinya

Wulan - Selasa, 26 Oktober 2021 | 21:53 WIB



Apa itu bisnis sehat dan implementasinya?

TERJEBAK DI RIBETNYA JUAL BELI MOBIL?
#TenangdiCarSome

Asuransi Mobil Dijamin Terhemat
All Risk Mulai Rp 3.050.000/tahun
Rp 1.982.500/tahun

Cuma di **lifepal**
CEK SEKARANG

Asuransi Mobil Dijamin Terhemat
All Risk Mulai Rp 3.050.000/tahun
Rp 1.982.500/tahun

80% Bengkel Rekanan
Uang Mobil di 10 Tahun
Klaim Mudah
Sesuai Kerusakan
Cuma di **lifepal**

CEK SEKARANG

NOVA.id - Sebagai pemilik usaha kita harusnya memahami seperti apa bisnis yang sehat dan bagaimana implementasinya.

Head of Government Relation and Corporate Secretary Allianz Life Indonesia, Fitri Estwardani, menjelaskan bahwa bisnis sehat merupakan bisnis yang berkelanjutan.

Artinya, pemilik usaha tidak hanya mengejar keuntungan hari ini atau keuntungan jangka pendek saja, tetapi pengusaha juga memikirkan strategi bisnis ke depannya.

Baca Juga:
[Rencanakan Keuangan dengan Memperlapkan Harta Waris Bersama Asuransi Syariah Allianz](#)

"Yukinnya, kita harus mampu untuk menciptakan pertumbuhan ekonomi bagi masyarakat sekitar, kita dan juga menyelaraskan dengan kondisi sosial dan lingkungan hidup," ujar Fitri dalam diskusi virtual bertajuk Kunci Bisnis Sehat Kini dan Nanti Bersama Allianz Life Indonesia dan NOVA, Senin, (25/10).

Fitri melanjutkan, bisnis yang sehat ini sangat penting karena tentu kita tidak ingin punya bisnis yang sifatnya *short term*.

Menurut Fitri, pasti kita ingin memberikan warisan ke anak cucu dari bisnis kita, tetapi pasti secara personal kita juga ingin memberikan kontribusi kepada lingkungan.

Baca Juga:
[Semua akan Pensiun Pada Waktunya, Yuki Persiapkan dengan DPLK](#)

Itulah kenapa, kita memerlukan bisnis yang sehat agar kita bisa mendapatkan kebahagiaan seutuhnya.

"Yasalnya kita sudah berkontribusi tidak hanya ke bisnis kita, tetapi juga ke lingkungan dan masyarakat sekitar kita," paparnya.

Di sisi lain, Allianz Life Changer Johan Fanggara menjelaskan, bisnis yang sehat adalah bisnis yang bisa punya potensi bertumbuh bersama dengan kita dan tidak musiman.

Baca Juga:
[Mulai Hidup Berdampingan dengan Covid-19? Tetap Laksanakan 2 Hal Ini](#)

Asuransi Mobil Dijamin Terhemat
All Risk Mulai Rp 3.050.000/tahun
Rp 1.982.500/tahun

80% Bengkel Rekanan
Uang Mobil di 10 Tahun
Klaim Mudah
Sesuai Kerusakan
Cuma di **lifepal**

CEK SEKARANG

Sebagai contoh, Johan mulai meniti karier di bidang keuangan dan asuransi, serta memiliki nasabah yang kurang lebih punya umur yang sama.

Ada yang menjadi profesional, baru mulai meniti karier, masih *single* dan sebagainya. Kemudian, lambat laun kehidupan nasabahnya mulai berubah, ada yang menikah, punya anak pertama, anak kedua, bisnis mereka tetap bertumbuh.

"Selama mereka bertumbuh, bisnis saya di sini juga ikut bertumbuh, bahkan bisa bilang semakin tinggi nilai ekonomi sebuah keluarga, semakin tinggi juga nilai proteksi ekonomi yang perlu kita bantu," papar Johan.

Judul	Kesalahan finansial yang sering dilakukan milenial
Nama Media	Antaranews.com
Newstrend	Literasi Keuangan Nasabah Allianz Life Indonesia
Halaman/URL	https://www.antaranews.com/berita/2482125/kesalahan-finansial-yang-sering-dilakukan-milenial
Tanggal Berita	2021-10-26
Sentimen	Netral

Kesalahan finansial yang sering dilakukan milenial

© Selasa, 26 Oktober 2021 13:12 WIB



Ilustrasi (Pexels)

Jakarta (ANTARA) - Survei dari Insider dan Morning Consult (2019) menunjukkan hampir sepertiga dari generasi milenial merasa berada pada kondisi finansial yang lebih buruk dibandingkan dengan ekspektasi mereka 10 tahun lalu.

Selain itu, Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tahun 2016 juga mengungkapkan bahwa tingkat literasi keuangan dari anak muda usia 25-35 tahun adalah sebesar 33,5 persen, sedangkan untuk usia 18-25 tahun adalah sebesar 32,1 persen. Dengan begitu, anak muda di Indonesia masih tergolong rentan secara finansial.

Di sisi lain, generasi muda sering dikaitkan dengan istilah *sandwich generation* atau suatu keadaan finansial di mana seseorang harus turut memenuhi kebutuhan dari generasi sebelumnya dan generasi setelahnya.

Oleh karena itu literasi finansial menjadi semakin penting bagi kalangan muda agar dapat meraih kemerdekaan finansial.

Baca juga: [Poin penting sebelum membeli tanah dan membangun rumah](#)

Baca juga: [Kominfo ajak milenial rencanakan keuangan dengan baik jelang Lebaran](#)

Kesalahan yang kerap dilakukan oleh kaum muda pun beragam, mulai dari mengabaikan kebiasaan menabung, gaya hidup mewah, hingga tidak memiliki dana darurat dan perlindungan asuransi.

Perencana keuangan dan CEO Finansialku.com Melvin Mumpuni dalam siaran pers pada Selasa menjelaskan bahwa manajemen risiko serta pengaturan cashflow yang baik sangat diperlukan.

Ia mengatakan *financial check-up* menjadi hal pertama yang dapat dilakukan anak muda untuk mengetahui keadaan finansialnya. Sehingga, mereka dapat mengetahui langkah perencanaan keuangan yang harus diambil.

Dalam usaha mencapai kemerdekaan finansial sejak muda dan menghindari jebakan *sandwich generation*, maka generasi muda perlu mempersiapkan perencanaan keuangan sedini mungkin. Beberapa tahapan penting perlu diperhatikan oleh generasi muda yaitu dimulai dengan memenuhi kebutuhan dasar kemudian kebutuhan perlindungan/proteksi serta dana darurat.

Setelah itu, fokus untuk memenuhi kebutuhan dana pendidikan anak, pensiun dan warisan serta mulai berinvestasi.

Meta Lakshmi Permata Dewi, Head of Investment Communication & Fund Development Allianz Life Indonesia mengatakan bahwa memiliki investasi sudah menjadi keperluan, sehingga harus disertakan dalam perencanaan keuangan.

"Ada banyak pilihan untuk berinvestasi, terutama bagi kalangan muda. Namun, dalam prosesnya perlu dilengkapi dengan wawasan mengenai investasi yang cukup matang agar semakin tepat dalam memilih dan sesuai kebutuhan. Selain itu, perlu untuk menentukan tujuan, jangka waktu dan profil risiko sebelum melakukan investasi," kata dia.

Meta pun mengungkapkan bahwa memiliki asuransi di usia muda sama pentingnya dengan sebuah investasi. "Asuransi menawarkan perlindungan terhadap risiko-risiko yang dapat terjadi di masa yang akan datang. Hal ini digunakan sebagai salah satu tindakan preventif finansial. Terutama bagi kalangan muda yang sudah mulai bekerja, inilah saat untuk mulai memilikinya."

Fokus pertama yang wajib dilakukan adalah memastikan keuangan sehat. Setelah itu baru dapat melakukan pengaturan *cashflow* yang seimbang dan mengetahui kebutuhan yang dapat membantu dalam mencapai tujuan keuangan yang diinginkan. Setelah itu, berfokus pada dana darurat dan asuransi, demikian Melvin.

"Memiliki asuransi di usia muda memberikan banyak kemudahan dan kepastian, seperti premi yang akan dibayarkan semakin terjangkau dibandingkan dengan mengambil asuransi di usia yang lebih tua. Lalu, asuransi juga penting sebagai salah satu langkah dalam mencapai *financial freedom*. Dengan memiliki asuransi, kita bisa memperkuat pondasi kokoh untuk perencanaan keuangan di masa depan," lanjut Meta.

Judul	FWD Akan Tambah Porsi Saham Di BRI Life
Nama Media	Bisnis Indonesia
Newstrend	Akuisisi Saham BRI Life
Halaman/URL	15
Tanggal Berita	2021-10-27
Sentimen	Netral

| KEPEMILIKAN SAHAM |

FWD Akan Tambah Porsi Saham di BRI Life

Bisnis, JAKARTA — FWD Financial Services Pte. Ltd. bakal menambah porsi kepemilikan saham di PT Asuransi BRI Life sebesar 44%. Porsi itu akan dipenuhi secara bertahap sampai dengan 2024.

Direktur Utama BRI Life Iwan Pasila mengatakan bahwa perseroan masih akan menerbitkan saham baru untuk diserap FWD dalam 3 tahun mendatang sebagai bagian kerja sama strategis antara PT Bank Rakyat Indonesia Tbk. (BRI) dengan FWD.

Pada 2 Maret 2021, FWD secara resmi menjadi salah satu pemegang saham BRI Life melalui penerbitan saham baru yang setara dengan 29,86% kepemilikan saham. Porsi kepemilikan BRI saat ini menjadi 63,83% saham dan 6,31% sisanya dimiliki

oleh Yayasan Kesejahteraan Pekerja (YKP) BRI.

“Masih ada tambahan saham yang akan kami keluarkan dalam 3 tahun mendatang. Pada 2 Maret 2022, pada 2 Maret 2023, dan pada 2 Maret 2024, kami masih akan keluarkan saham yang pada akhirnya di 2024 FWD akan jadi pemegang saham sekitar 44%,” ujar Iwan dalam *media gathering*, Selasa (26/10).

Dengan penambahan porsi kepemilikan saham FWD pada 2024 tersebut, porsi kepemilikan BRI masih tetap mayoritas di posisi 51% dan sisanya hampir 6% akan dimiliki YKP BRI.

Iwan menjelaskan bahwa transaksi ini dilakukan dalam rangka mendukung pengembangan bisnis BRI Life. Bergabungnya FWD di-

harapkan akan membawa *expertise digital* dan asuransi yang dimilikinya untuk memperkuat bisnis BRI Life.

Sampai dengan kuartal III/2021, Asuransi BRI Life membukukan pendapatan premi senilai Rp4,89 triliun. Perolehan ini tumbuh 9,85% *year-on-year* (YoY) dari sebelumnya Rp4,45 triliun pada kuartal III/2020.

Perolehan premi tersebut menopang pendapatan usaha perseroan yang mencapai Rp5,25 triliun atau tumbuh 22,29% YoY.

Sejalan dengan pertumbuhan pendapatan tersebut, dia menyatakan perseroan mampu mencatat laba hingga Rp120 miliar dibandingkan dengan periode yang sama tahun lalu yang mencatat rugi sekitar Rp90 miliar. *(Denis R. Mellanova)*

Judul	Operasional IFG Life Bakal Lebih Efisien dari Jiwasraya
Nama Media	Bisnis.com
Newstrend	Operasional Bisnis IFG Life
Halaman/URL	https://finansial.bisnis.com/read/20211026/215/1458314/operasional-ifg-life-bakal-lebih-efisien-dari-jiwasraya
Tanggal Berita	2021-10-26
Sentimen	Netral

Operasional IFG Life Bakal Lebih Efisien dari Jiwasraya

PT Asuransi Jiwa IFG fokus memberikan layanan kepada nasabah melalui kanal digital. Perseroan menyiapkan 21 kantor perwakilan, dari sebelumnya berjumlah sekitar 60 kantor perwakilan.

 Dennis Rianjiza Melaniwa - Bisnis.com
26 Oktober 2021 / 10:08 WIB



Logo Indonesia Financial Group (IFG)

Bisnis.com, JAKARTA -- Operasional PT Asuransi Jiwa IFG atau IFG Life dinilai akan lebih efisien dibandingkan operasional PT Asuransi Jiwasraya (Persero). Hal ini seiring pelayanan kepada nasabah akan lebih difokuskan melalui kanal digital.

Direktur Keuangan dan Investasi IFG Life Farid Azhar Nasution mengatakan, pihaknya telah menyiapkan 21 kantor perwakilan untuk mendukung operasional penuh perusahaan dalam waktu dekat. Kantor perwakilan tersebut merupakan bekas kantor-kantor cabang Jiwasraya yang diubah statusnya menjadi kantor perwakilan untuk meneruskan pelayanan polis hasil restrukturisasi Jiwasraya.

Sejumlah 21 kantor perwakilan tersebut dapat menjangkau 61 daerah di seluruh Indonesia yang dulunya dilayani oleh kantor-kantor cabang Jiwasraya.

"Iya [lebih efisien], yang tadinya 60-an kantor sekarang hanya tinggal 21 karena periode peralihan," ujar Farid kepada *Bisnis*, belum lama ini.

Nantinya, lanjut Farid, pelayanan kepada nasabah, termasuk layanan klaim, akan lebih menggunakan kanal digital. Agen IFG Life juga sekarang ini dalam tahap melakukan pemasaran melalui online.

"Yang tadinya berstatus kantor cabang kami ubah menjadi kantor perwakilan karena semua subscriber nantinya akan pakai platform, termasuk kemudian klaim. Ada periode *learning curve*-nya," katanya.

Adapun, untuk tahap awal ini, kanal distribusi asuransi IFG Life masih mengandalkan kanal keagenan untuk produk ritel, sementara produk korporat masih mengandalkan *corporate business relationship* atau karyawan sendiri. Namun ke depan, IFG Life juga berencana memperluas kanal distribusi melalui kerja sama dengan perbankan atau bancassurance.

"Kami sedang menjajaki kerja sama bancassurance dengan beberapa bank," tutur Farid.

Berdasarkan catatan *Bisnis*, IFG Life telah mengantongi izin operasional pada April 2021 setelah OJK menandatangani Surat Keputusan Dewan Komisiner OJK No KEP-19/D.05/2021 tentang Pemberian Izin Usaha di Bidang Asuransi Jiwa Kepada PT Asuransi Jiwa IFG. Hal tersebut melengkapi izin pembentukan perusahaan yang diperoleh dari Kementerian Hukum dan HAM (Kemenkumham) sekitar akhir Desember 2020 atau Januari 2021.

Selain akan memulai bisnis asuransi jiwa, IFG Life juga akan menjalankan tanggung jawab besar, yakni melanjutkan pemberian manfaat dari polis Jiwasraya yang telah direstrukturisasi.

Sebelumnya, Farid mengatakan bahwa IFG Life diharapkan akan resmi beroperasi secara penuh pada 1 November 2021 mendatang.

Baca Juga : [Gandeng IFG Life, BTN Tunda Pendirian Anak Usaha Asuransi Jiwa](#)

"Sekarang kami dalam tahap persiapan untuk operasional, diharapkan 1 November akan launching. Insya Allah siap beroperasi di Indonesia kurang lebih ada 21 kantor yang akan siap melayani teman-teman semua. Mudah-mudahan bisa berjalan lancar," kata Farid dalam diskusi virtual beberapa waktu lalu.

Dia juga menekankan bahwa perusahaan akan fokus dalam menawarkan produk asuransi jiwa berbasis proteksi, mulai dari asuransi jiwa, kesehatan, pendidikan, hingga pensiun.

Judul	Health Insurtech Rey Tegaskan Telekonsultasi Harus Akurat
Nama Media	Ekonomi Neraca
Newstrend	Layanan Asuransi Kesehatan Digital
Halaman/URL	5
Tanggal Berita	2021-10-26
Sentimen	Netral

Health Insurtech Rey Tegaskan Telekonsultasi Harus Akurat

NERACA

Jakarta - Perusahaan startup yang bergerak di bidang health insurtech, Rey menegaskan bahwa akurasi dalam layanan telekonsultasi haruslah akurat. Pasalnya hal ini berkaitan dengan kesehatan dari pasien yang sedang ditangani. CEO & Co-Founder Rey Evan Tanotogono mengatakan bahwa pihaknya menyadari masih ada masyarakat yang ragu akan akurasi aplikasi kesehatan penyebabnya biasanya pasien mendapatkan pemeriksaan fisik dari dokter.

"Kami ingin menegaskan bahwa tidak perlu khawatir memanfaatkan aplikasi Rey karena telah menggunakan teknologi Artificial Intelligence yang memungkinkan para pengguna melakukan self-diagnostics untuk menentukan diagnosa awal dengan lebih baik dan akurat sebelum mendapatkan diagnosa lanjutan dari dokter. Hasil pemeriksaan melalui aplikasi Rey akan membantu dokter membuat post diagnosa dokter terkait gangguan kesehatan yang dialami pasien dengan lebih efektif dan efisien," tutur Evan, sebagaimana dikutip dalam keterangannya, kemarin.

Pengecekan kesehatan sendiri atau Self-diagnostics dengan memanfaatkan aplikasi kesehatan yang diagnosanya akurat dan dapat menjadi masukan secara holistik bagi dokter saat pasien melakukan telekonsultasi. Tentunya, lebih baik dan aman ketimbang mencari-cari informasi mengenai penyakitnya di search engine atau bertanya kepada teman dan keluarga. Menurut Evan, hal ini adalah kelebihan Rey. "Kami percaya definisi dari layanan kesehatan digital yang berkualitas bukan hanya sekadar terjangkau atau menyediakan produk kesehatan saja tapi juga dapat memberikan diagnosa yang akurat," katanya.

Menurut Evan, Rey hadir untuk membantu masyarakat agar dapat bisa menjangkau layanan kesehatan yang berkualitas. "Kami menawarkan asuransi jiwa dan kesehatan dalam program Membership berbasis langganan (subscription). Para Member dapat menikmati ekosistem layanan kesehatan dalam bentuk digital. Misalnya, melakukan pemeriksaan gejala mandiri, telekonsultasi dengan dokter, dan mendapatkan obat sesuai resep dokter. Obat tersebut bahkan akan diantar sampai ke rumah. Semua diberikan gratis karena biaya ditanggung oleh Rey sesuai paket manfaat yang telah dipilih oleh pengguna (Member Rey). Preminya dirancang terjangkau dan lebih murah dari berlangganan film atau musik online karena Member hanya mengeluarkan dana sebesar Rp69 ribu/bulan," sebut Evan.

Kecepatan dan kemudahan mendapatkan layanan kesehatan yang disediakan Rey dalam fitur telekonsultasi tentu tidak terlepas dari kontribusi para dokter. "Ketahanan para dokter saat berperang melawan covid-19, tetap mengedukasi masyarakat agar peduli pada kesehatan melalui pemeriksaan medis, dan berupaya menangkai hoax soal covid atau penyakit yang kerap beredar di tengah masyarakat. Bahkan masih ikut berperan dalam perluasan aksesibilitas layanan kesehatan dengan melayani masyarakat yang membutuhkan melalui telekonsultasi adalah pengabdian tulus yang patut diapresiasi dan dihormati," kata Evan. 