

Selasa, 28 Juni 2022

FM-CC-AAJI-006-00

 Asuransi Milik Bank BUMN Moncer
 Bisnis Indonesia/27/6/2022

| SINERGI DENGAN INDUK USAHA |

ASURANSI MILIK BANK BUMN MONCER

Bisnis, JAKARTA — Perusahaan asuransi jiwa yang merupakan anak usaha bank pelat merah menunjukkan kinerja ciamik di tengah perlambatan yang dicatatkan industri asuransi jiwa. Sinergi dengan induk usaha dan fokus pada produk proteksi menjadi strategi untuk menggenjot pertumbuhan premi tahun ini.

Denis Riantiza Meilanova
 denis.meilanova@bisnis.com

Berdasarkan laporan keuangan kuartal I/2022, PT BNI Life Insurance mampu menghimpun pendapatan premi senilai Rp1,33 triliun. Perolehan anak usaha PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. ini meningkat sebesar 22% *year-on-year* (YoY). Direktur Keuangan BNI Life, Eben Eser Nainggolan mengatakan pertumbuhan yang melampaui pertumbuhan industri tersebut didorong dari pertumbuhan dari kanal *bancassurance* sebesar 28% dan kenaikan pendapatan premi lanjutan atau *renewal* sebesar 15%.

"Pertumbuhan premi di kuartal I/2022 dikontribusikan dari jenis produk individu *non-linked* dari kanal *bancassurance* dan produk asuransi group *unit-linked* dari kanal distribusi *employee benefit*," ujar Eben kepada *Bisnis*, dikutip Minggu (26/6).

Dia menuturkan, perseroan juga melakukan sejumlah upaya untuk meningkatkan kinerja, seperti fokus melakukan penetrasi nasabah ke segmen menengah ke atas, membuat program pemasaran sebagai peminis, dan melakukan *cross selling* kepada nasabah yang sudah ada.

Kenaikan pendapatan premi tersebut ditambah dengan kenaikan hasil investasi sebesar 184% YoY berhasil mengerek perolehan laba bersih BNI Life.

Perseroan berhasil membalikkan rugi bersih senilai Rp1,45 miliar pada kuartal I/2021 menjadi laba senilai Rp10,97 miliar pada kuartal I/2022.

Eben optimis kinerja perseroan pada 3 bulan pertama tahun ini tersebut dapat berlanjut hingga akhir semester I/2022. Dia mengakui bahwa adanya pengetatan

aturan *unit-linked* oleh Otoritas Jasa Keuangan yang terbit pada akhir kuartal I/2022, serta adanya periode libur panjang lebaran berpengaruh terhadap pendapatan premi perseroan sampai dengan Mei 2022. Namun, perseroan akan menggenjot kinerja pada Juni 2022 ini agar pencapaian di kuartal II/2022 dapat menyamai pencapaian di kuartal I/2022.

"Strategi BNI Life menggenjot premi di tahun ini dengan mengintensifkan sinergi dengan induk perusahaan BNI dan mengubah fokus penjualan ke produk *non-linked*," katanya.

Sementara itu, PT Asuransi BRI Life mencatatkan pertumbuhan pendapatan premi sebesar 51,8% YoY sepanjang kuartal I/2022.

Total pendapatan premi perseroan sepanjang kuartal I/2022 mampu mencapai Rp2,5 triliun, naik dibandingkan kuartal I/2021 yang senilai Rp1,65 triliun.

Peningkatan pendapatan premi ini dikontribusikan dari penjualan lini di luar produk *unit-linked*.

Adapun, secara keseluruhan total pendapatan usaha BRI Life mencapai Rp2,91 triliun sepanjang kuartal I/2022 atau naik 77,8% dibandingkan periode yang sama pada 2021 sebesar Rp1,63 triliun.

Direktur Utama BRI Life, Iwan Pasila mengatakan pertumbuhan signifikan tersebut ditopang oleh penetrasi nasabah yang sangat baik, sejalan dengan penetrasi induk usaha PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk.

"Induk kami terus penetrasi nasabah UMKM dan ke bawah, sehingga kami juga penetrasi nasabah-nasabah ritel melalui produk yang ada. Kami pun bisa capai hampir 16,5 juta tertanggung, ini pencapaian signifikan," kata Iwan.

Untuk melakukan penetrasi pasar lebih dalam kepada nasabah Bank BRI, perseroan menyediakan asuransi mikro dengan premi Rp50.000 setahun. Dengan asuransi mikro tersebut, BRI Life mampu menggaet 1—1,5 juta pemegang polis baru tiap bulannya.

Selain itu, BRI Life juga mengoptimalkan jalur pemasaran melalui lima kanal distribusi antara lain distribusi, penjualan di kantor cabang, alternatif, korporasi dan agen.

Iwan memperkirakan kinerja sampai dengan akhir kuartal II/2022 ini dibandingkan kuartal yang sama tahun sebelumnya, kemungkinan akan melambat. Perseroan telah mengantisipasi periode puasa Ramadan dan Lebaran sehingga penghimpunan premi telah dipacu pada kuartal I/2022.

Dia optimis perolehan premi perseroan masih mampu tumbuh di atas industri hingga akhir tahun ini.

"Strategi kami harus tumbuh di atas industri kalau mau *gain market share* sampai akhir tahun mungkin 10%—15%, kalau bisa *double*. Mulai tahun lalu kami sudah *mapping* nasabah BRI kebutuhannya seperti apa supaya bisa siapkan produk-produk sesuai kebutuhan mereka," kata Iwan.

Menurutnya, mulai beralihnya masa pandemi ke endemi juga menjadi tantangan tersendiri bagi perseroan.

Dengan mulai menggeliatnya aktivitas perekonomian, perseroan berupaya untuk menyiapkan produk-produk yang lebih fokus pada proteksi.

"Mungkin lebih banyak ke proteksi. Dengan pemulihan ekonomi, kemampuan nasabah sangat terbatas, ini tantangan teman-teman



Penurunan pendapatan premi yang paling terasa itu adalah di produk-produk asuransi jiwa yang preminya bersifat sekali bayar atau *single premium* yang turunnya signifikan.

YoY.

Premi *unweighted* ini merupakan total premi yang dibayarkan nasabah, baik premi bersifat reguler maupun sekali bayar.

Dari sisi total pendapatan premi *weighted* (dibobot), di mana premi sekali bayar disetahunkan, mencapai Rp27,86 triliun sepanjang kuartal I/2022 atau turun 6,8% YoY.

"Kesimpulannya kenapa yang *unweighted* turun 14,7%, lalu yang dibobot atau yang coba dihitung untuk porsi satu tahunnya saja itu turunnya hanya 6,8%. Ini menunjukkan penurunan pendapatan premi yang paling terasa itu adalah di produk-produk asuransi jiwa yang preminya bersifat sekali bayar atau *single premium* yang turunnya signifikan," jelas Ketua Dewan Pengurus AAJI Budi Tampubolon dalam konferensi pers, Jumat (10/6).

Budi memerinci kontribusi pendapatan premi *weighted* didominasi oleh premi reguler sebesar 91,6% dari total premi *weighted* yang nilainya mencapai Rp25,51 triliun atau turun 4,9% YoY. Untuk premi tunggal porsinya sebesar 8,4% atau nilainya mencapai Rp2,35 triliun. Pendapatan premi tunggal ini tercatat turun 23,3% YoY.

Dari sisi jenis produk, baik produk asuransi yang dikaitkan dengan investasi (*paydi*) atau *unit-linked* maupun produk tradisional juga mengalami penurunan.

AAJI mencatat total pendapatan premi produk *unit-linked* kuartal I/2022 mencapai Rp29,07 triliun atau turun 18,9% YoY, sementara produk tradisional mencapai Rp19,92 triliun atau turun 7,9% YoY.

YoY. ■

bagaimana desain produk yang bisa memenuhi kebutuhan nasabah," katanya.

PREMI TUNGGAL

Sementara itu, industri asuransi jiwa mengalami perlambatan pertumbuhan pendapatan premi pada awal tahun ini yang disebabkan oleh penurunan signifikan pada pendapatan premi tunggal atau sekali bayar.

Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) mencatat total pendapatan premi *unweighted* (tidak dibobot) kuartal I/2022 tercatat mencapai Rp48,99 triliun atau mengalami penurunan 14,7%

Prudential Indonesia Kembali Gelar PRURide Indonesia 2022

JAKARTA - PT Prudential Life Assurance (Prudential Indonesia) kembali menggelar PRURide Indonesia 2022.

Pada tahun keempat, acara ini akan dilaksanakan dengan konsep *hybrid*, yaitu secara langsung pada 29 Oktober 2022 di Bandung dan secara virtual selama 29 Oktober-6 November 2022 sehingga dapat diikuti seluruh keluarga Indonesia.

PRURide Indonesia 2022 yang menargetkan ribuan pesepeda dari berbagai wilayah akan menjadi ajang terbesar persembahkan Prudential Indonesia. Mereka mengajak masyarakat untuk dapat mengapre-

siasi kebersamaan mereka dengan orang-orang tercinta melalui olahraga. Setiap peserta yang bergabung berhak mendapatkan perlindungan asuransi khusus PRUWorks Personal Accident PRURide 2022, selama acara.

Luskito Hambali, *Chief Marketing & Communications Officer* Prudential Indonesia mengungkapkan, selain memberikan proteksi terhadap kesehatan dan finansial, Prudential Indonesia juga terus menyemangati masyarakat bergerak aktif melalui gelaran PRURide Indonesia.

"PRURide Indonesia 2022 sejalan dengan kampanye kami tahun ini,

Made For Every Family yang 'Mera-yakan Kebersamaan/*Celebrating Togetherness*'. Seluruh keluarga Indonesia dapat berkumpul, merayakan kebersamaan sembari menjalankan gaya hidup sehat,' kata Luskito.

Kompetisi PRURide Indonesia 2022 terdiri atas beberapa kategori yang dapat diikuti semua anggota keluarga. Khusus bagi peserta *virtual ride*, selama periode 29 Oktober-6 November, peserta dapat menyelesaikan tantangan yang mereka pilih secara bertahap maupun langsung. Semua itu akan tercatat melalui aplikasi *99 Virtual Race*. Masyarakat yang berminat

untuk mengikuti keseruan acara ini dapat melakukan registrasi mulai 23 Juni hingga 30 September 2022.

PRURide Indonesia 2022 juga akan menggelar *pre-event* bersama komunitas sepeda di Bali, Jakarta, dan Yogyakarta selama Juli hingga September.

Tujuannya adalah untuk membangkitkan semangat kebersamaan antarmasyarakat serta mendukung mereka dalam menerapkan kebiasaan gaya hidup aktif dan sehat.

"PRURide Indonesia 2022 terlaksana sebagai rangkaian acara untuk menyambut ulang tahun Prudential Indonesia yang Ke-27. Melalui kegiatan

an ini, kami juga ingin mengajak para peserta turut berkontribusi memberikan dampak lebih luas kepada sesama yang membutuhkan. Nantinya, total jarak yang ditempuh oleh para peserta akan kami konversikan sebesar Rp 2.700 per kilometer untuk pembangunan Desa Maju Prudential di Mauk, Tangerang," tutup Luskito.

PRURide Indonesia 2022 terdiri atas tiga jenis lomba. Pertama, PRURide Race yang terdiri atas Gran Fondo (135 km) dan Medio Fondo (70 km). Usia peserta pada kategori ini adalah 17-75 tahun. Biaya pendaftaran untuk *early bird* sebesar Rp

1.125.000 dan harga normal sebesar Rp1.500.000

Kedua, kategori PRURide Fun Ride. Pada kategori ini, peserta Fun Ride harus menyelesaikan jarak 20 km. Usia peserta mulai dari 12 tahun. Biaya pendaftaran untuk *early bird* sebesar Rp 315.000 dan harga normal sebesar Rp 450.000

Ketiga, PRURide Virtual Ride terdiri atas kategori Gran Fondo (135 km) atau Medio Fondo (70 km). Usia peserta 17-75 tahun. Biaya pendaftaran untuk *early bird* sebesar Rp 250.000 dan harga normal sebesar Rp 500.000. (rw)

Penempatan Aset Investasi Asuransi Jiwa

Sumber: OJK diolah

Keterangan: Dalam Rp miliar

BISNIS/USIN PARAPAT

Bisnis asuransi jiwa mencatat pertumbuhan aset sampai dengan April 2022. Penempatan investasi oleh asuransi jiwa secara keseluruhan indikatornya tecermin sebagai berikut:

Indikator	Januari	Februari	Maret	April
Deposito berjangka	39.901,87	35.689,28	30.442,4	32.853,68
Saham	139.253,25	139.770,26	137.399,63	145.258,11
Obligasi korporasi	26.774,75	26.570	29.007,77	30.456,67
Medium Term Note	8.963,32	8.463,55	7.709,93	7.452,7
Surat Berharga Negara	105.147,51	111.757,79	118.374,84	116.154,2
Surat Berharga yang Diterbitkan Negara selain RI	624,74	622,39	615,63	629,02
Reksa dana	160.962,62	162.042,23	162.846,98	154.584,13
Efek Beraqun Aset	315,41	313,32	294,67	293,1
Dana Investasi Real Estat	13,21	13,12	13,39	14,4
Penyertaan langsung	14.101,93	14.733,53	14.082,73	23.049,29
Pembiayaan dengan kerja sama pihak lain	351,1	351,1	351,1	351,1

