



Jumat, 28 Mei 2021

1. KALA PRODUK UNIT LINK JADI SOROTAN Investor, hal. 22&23 / 28-05-2021

SPOTLIGHT ASURANSI

KALA PRODUK UNIT LINK JADI SOROTAN

Produk unit link yang jadi andalan asuransi jiwa selama ini tengah mengalami penurunan pamor, **imbas penurunan hasil investasi**, nasabah yang kecewa pun menuding telah dirugikan perusahaan asuransi. Bagaimana sikap perusahaan maupun mengangkat unit link kembali menjadi primadona?

Oleh: WINDARTO



SETELAH SEBELUMNYA INDUSTRI ASURANSI mendapat sorotan terkait kasus gagal bayar atas produk asuransi sejenis *saving plan*, belakangan muncul keluhan terkait produk unit link yang termasuk dalam kategori produk yang diiklankan dengan investasi (PAYDI). Hal ini sebenarnya sudah sejak tahun 2020 ramai diperbincangkan di media sosial dengan narasi yang beragam. Intinya, nasabah merasa dirugikan karena premi yang disetorkan dengan nilai tertentu ternyata setelah bertahun-tahun nilai tumainya justru lebih rendah. Terutama setelah pasar saham di tanah air turut terhempas akibat pandemi Covid-19.

Dalam perbincangan dengan media, Kepala Departemen Pengawasan Industri Keuangan Non-Bank (IKNB) ZA Oritan Jasa Keuangan (OJK) Ahmad Nasrullah mengakui pembahasan negatif mengenai unit link terjadi di media sosial. Kendati begitu, kata Nasrullah, OJK mencoba menanggapi hal tersebut secara adil dan berimbang. Demikian halnya dengan sejumlah keluhan nasabah yang merasa tertipu atau manfaat dari kepemilikan polis unit link. Dikatakannya, setiap keluhan atau pengaduan ke OJK akan ditindaklanjuti dengan memastikan perusahaan asuransi melakukan investigasi. Ternyata tidak semua aduan nasabah benar. Dari sekitar 42 juta peserta, hanya 20-an yang mengadu ke OJK. "Ini bukan kami kepada mereka yang mengadu soal PAYDI. Kami perlu melihatnya secara adil dan seimbang. Ini tetap akan menjadi perhatian kami. Kalau memang ada bukti ada kesalahan dari agen, maka perusahaan asuransi harus ganti rugi karena agen adalah harapan tanggapan perusahaan asuransi," imbuhnya.

Nasrullah menegaskan, OJK menginginkan industri tetap tumbuh dan mendapatkan kepercayaan dari masyarakat karena itu OJK mesti objektif menanggapi pengaduan nasabah. Keduanya mesti berjalan beringin, OJK bersama industri asuransi juga harus terus memastikan perlindungan kepada konsumen.

Direktur Eksekutif AAJI Togar Puarubuh dalam keterangan kepada Investor mengatakan, nasabah dan masyarakat perlu memahami bahwa unit link merupakan produk asuransi yang menawarkan investasi yang juga memiliki risiko. Alasannya, likuiditas portofolio investasi (*underlying investment*) terkait dengan kondisi ekonomi makro, termasuk pasar modal. "Adanya perlambatan ekonomi secara global akibat pandemi virus Covid-19 ini yang kemudian mengakibatkan terjadinya penurunan pada nilai investasi pada produk asuransi unit link. Sehingga perlu untuk selalu dipahami oleh masyarakat bahwa kondisi hasil investasi sangat bergantung dengan kondisi pasar," jelas Togar.

Menjawab pertanyaan media saat paparan kinerja perusahaan 2020, Presiden Direktur Prudential Indonesia Jens Reich mengatakan, nasabah menjadi prioritas utama perusahaan, terlebih dalam memilih produk investasi di Prudential. Ia juga mengungkapkan, sulitnya menghadapi nasabah yang tidak memahami produk yang dipilih. "Misi kami yang utama adalah, kita mau memastikan prosedur terbaik bagi nasabah dan juga edukasi. Itu prioritas kami. Kadang kita juga menghadapi produk

yang kompleks seperti investasi, asuransi. Tapi Prudential punya komitmen besar memberikan saran dan literasi asuransi dan keuangan. Supaya mengerti mengenai manfaat, komitmen, juga dari aspek keinginan dan kebutuhan dari nasabah kita," tutur Jens.

Diaungkapkan Jens, Prudential Indonesia memiliki enam juta nasabah dan hingga saat ini merupakan market leader untuk asuransi dan produk investment link (unit link). Menurutnya, jika ada keluhan tentunya nasabah yang akan menjadi prioritas. "Terpenting komitmen kami untuk setiap orang adalah memiliki pemahaman yang baik terhadap produk, itu merupakan misi dan komitmen kami untuk masyarakat Indonesia," imbuh Jens.

UBAH STRATEGI

Dalam beberapa tahun terakhir, beberapa perusahaan mencoba mengubah fokus dalam memasarkan produk-produknya. Selain mulai mengurangi produk dengan premi tunggal (langsung) perusahaan mulai menggeser produk tradisional yang lebih dominan dalam aspek proteksi daripada investasi.

PT AXA Mandiri Financial Services (AXA Mandiri) misalnya, sejak beberapa tahun terakhir lebih fokus menggarap produk asuransi tradisional dan kesehatan. Dikatakan Handoyo G Kusuma, AXA Mandiri akan lebih banyak membuat produk-produk yang lebih proteksi, seperti *stand alone critical illness*, *stand alone health insurance* dan sejenisnya. "Kami harus *balancing out* dari portofolio bisnis kami. Produk utama asuransi adalah proteksi dan health, tentu kita harus baik ke situ lagi, karena kita tidak mau dominasi bisnis berasal dari investment dan saving," tutur Handoyo.

Terkait pengembangan unit link ke depan, tidak bisa dipungkiri produk ini masih menjadi kontributor terbesar bagi pertumbuhan bisnis AXA Mandiri. "Cuma kami nanti akan banyak melakukan memperkenalkan riders, bukan lagi memperkenalkan unit link baru, sehingga orang bisa menambahkan seperti riders kesehatan, critical illness, dsb."

Handoyo menambahkan, dengan adanya *digital tool*, perusahaan lebih mudah dalam melakukan pendekatan kepada nasabah sehingga penjualan diselesaikan dengan kebutuhan nasabah, misalnya untuk *riders critical illness*, nasabah dapat menyesuaikan dengan jenis yang sesuai dengan kebutuhannya, karena variasi dari *critical illness* cukup banyak.

Pendekatan berbeda dilakukan PT Asuransi Jendral Indonesia (General Indonesia) terhadap produk unit link yang dimilikinya. Menyediakan suatu langkah inovatif dengan menghadirkan sistem yang dinamai ROBO ARMS, General Indonesia mampu menjaga kinerja unit link cukup terjaga dari fluktuasi tajam pergerakan bursa saham. Sistem tersebut akan menyesuaikan pergerakan investasi dengan kondisi pasar dan profil risiko nasabah, sehingga ketika terjadi penurunan ada batas berapa persen yang harus diotop untuk kemudian diulangi ke instrumen lain.

Berdasarkan data yang tercatat per Maret 2021, sebanyak 97 persen dari seluruh polis unit link nasabah yang telah mengalokasikan fitur RoboARMS, kinerja investasinya berada di atas IHSG, dan diantaranya bahkan bisa mencapai hingga 30 persen di atas IHSG.

Eddy Tuhirman (CEO General Indonesia) mengungkapkan, mengerti akan kebutuhan dan kendala nasabah mengelola unit link, terlebih selama pandemi ini, General terus mengoptimalkan kinerja RoboARMS. Adanya #AutoKendali dari fitur RoboARMS tentu memberi kenyamanan dan kemananan bagi para pemegang polis karena terbukti menunjukkan hasil yang baik di tengah pergerakan pasar.

"Dengan unit link yang terkendali, Generali berharap nasabah bisa memiliki perlindungan kesehatan serta finansial yang maksimal, terlebih di masa-masa sulit seperti ini," ujarnya.

Dalam tiga tahun terakhir kinerja unit link memang mengalami penurunan. Kendati dari sisi pergerakan premi terlihat cukup stabil, yakni sebesar Rp90,24 triliun (2018), menjadi Rp101,87 (2019), dan turun menjadi Rp98,25 (2020) triliun. Fluktuasi bursa saham yang terjadi sejak 2018 akibat perang dagang AS-China berpengaruh terhadap hasil investasi produk unit link, dan puncaknya saat pandemi.

Salah satu parameter keberhasilan perusahaan mempertahankan usia polis atau bisa disebut rasio persistensi yang tinggi, dan mengukur angka tape (pembatalan polis). Data OJK menyebut, angka pembayaran klaim untuk produk unit link cenderung meningkat selama tiga tahun tersebut, yakni Rp57,03 triliun (2018), Rp70,61 triliun (2019), dan Rp75,98 triliun (2020). Kenaikan klaim ini sejalan dengan penurunan jumlah tertanggung yang tercatat sebanyak 6,76 juta (2018), 6,61 juta (2019), dan 4,29 juta (2020).

Pembelian polis atau surrender menjadi klaim terbesar asuransi jiwa dari keseluruhan klaim yang dibayarkan. Nasrullah mengungkapkan, angka surrender mendominasi seluruh klaim unit link pada 2020. Meski klaim besar, lanjutnya, jika bicara produk unit link, perusahaan tidak menderita kerugian, tapi justru pemegang polis yang rugi jika melakukan pembelian polis. Sebab, risiko investasi pada produk unit link memang dianggung oleh pemegang polis. ■

DATA PAYDI (UNIT LINK)



Sumber: AAJI

2. PEREMPUAN TANGGUH & MANDIRI FINANSIAL

Investor, hal. 20&21 / 28-05-2021



PEREMPUAN TANGGUH & MANDIRI FINANSIAL

Semua orang punya mimpi dan kesempatan untuk meraih kehidupan yang baik, berkembang, bahagia, dan sukses. Memenuhi harapan itu, AXA dan AXA Mandiri mengkampanyekan program Aman Untuk Semua.

KEKERASAN DALAM RUMAH TANGGA (KDRT) masih menjadi persoalan yang kerap dihadapi kaum perempuan Indonesia. Tekanan mental dan fisik tersebut membuat banyak dari kaum perempuan atau ibu rumah tangga terpuruk dan sulit bangkit. Pertengkaran dalam rumah tangga yang memicu KDRT ini berpengaruh pada terhadap kondisi mental anak-anak dan masa depan keluarga bisa terus diabaikan.

Data menyebutkan, selama pandemi Covid-19, angka kekerasan dalam rumah tangga meningkat. Faktor ekonomi, kehilangan penghasilan, sulit bepergian, masalah pendidikan,

atau karena terisolasi menjadi pemicunya. Catatan dari Komnas Perempuan tahun 2021 menyebutkan kekerasan terhadap perempuan di era ini meliputi kekerasan fisik (31%), kekerasan seksual (30%), kekerasan mental (28%), dan kekerasan finansial (10%).

Atas dasar bahwa semua orang punya mimpi dan kesempatan untuk meraih kehidupan yang baik, berkembang, bahagia, dan sukses, AXA dan AXA Mandiri mengkampanyekan program Aman Untuk Semua. Country CEO AXA Indonesia, Komisaris PT AXA Mandiri Financial Services, Presiden Komisaris PT Mandiri AXA General Insurance, Helen Steiner mengatakan, sebagai perusahaan asuransi, AXA dan AXA Mandiri mengemban misi untuk melindungi masyarakat. AXA Group berkomitmen melindungi kesehatan, termasuk kesehatan mental, melindungi kehormatan, kekerasan terhadap ibu dan anak, dan terpenting melindungi masa depan mereka.

Program Aman Untuk Semua sudah dikampanyekan sejak Juni 2020 dan mendapat respons yang positif dari masyarakat. Dalam lima kali penyelenggaraan webinar terkait program ini, tercatat sebanyak 67 ribu peserta turut mengikuti paparan dari para narasumber.

President Director of AXA Financial Indonesia, Global Sponsor DBI of AXA Indonesia Niharika Yadav menjelaskan, ada tiga tujuan yang hendak dicapai dari kegiatan Aman Untuk Semua, pertama, untuk meningkatkan kesadaran tentang kekerasan di rumah privat. Terkadang peningkatan kesadaran tentang kekerasan dalam rumah tangga dan jenis kekerasan yang terjadi. Hal-hal yang dilalui oleh para korban juga merupakan langkah yang sangat penting bagi masyarakat kita dalam memberikan pendidikan dan penanganan serta pencegahan kekerasan untuk tahap kedua.

"Hal ketiga yang ingin kami lakukan adalah ini dari programnya yaitu memberdayakan perempuan agar memiliki kepercayaan diri bahwa mereka bisa lepas dari belenggu kekerasan dalam rumah tangga. Kami pikir setiap orang memiliki hak untuk memenuhi impian mereka, karena kekerasan dalam rumah tangga adalah ekspresi dari seseorang yang tidak dapat menjalani hidup seperti yang mereka inginkan," jelasnya.

Pada tahun 2021 ini, program empowering dari Aman Untuk Semua di antaranya mengangkat tema, meningkatkan kemampuan dan kepercayaan diri untuk mendapatkan kehidupan yang lebih baik melalui perencanaan keuangan dan program keterampilan. Pada sesi ini akan diberikan materi tentang mengatur keuangan, kesehatan mental, dan pengembangan keluarga. Tema lain membuka peluang bagi perempuan agar dapat mandiri secara profesional dengan materi pelatihan profesi agen, serta pelatihan UMKM.

Webinar bertajuk Wanita Tangguh dan Mandiri Secara Finansial ini menghadirkan narasumber Wiyono Sumarsono, Perencana Ahli Madya di Aspek PUG Bidang Ekonomi Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak, Galila Maharajah Head of Sales AXA Mandiri, Era Manurung selaku inspirator, dan Ariana Octavia selaku influencer.

Dikatakan Wiyono, dari berbagai kasus kekerasan yang dialami, 80% perempuan enggan melaporkan kepada lembaga pengaduan. Kasus KDRT ini menempati urutan pertama terhadap istri sebanyak 79%. Dalam laporan informasi perlindungan perempuan dan anak (Simponi) per Januari terdapat keluhan 710 kekerasan terhadap perempuan yang dilaporkan kepada aplikasi tersebut secara realtime.

Wiyono menyebut empat faktor penyebab tidak kecerdasan terhadap perempuan, yakni faktor pasangan, ekonomi, pendidikan, dan budaya. "Faktor ekonomi sangat besar perannya terhadap kekerasan perempuan yang berasal dari keluarga dengan tingkat kesejahteraan rendah memiliki risiko tinggi untuk mengalami kekerasan," tuturnya.

Era Manurung mengungkapkan, dalam kondisi apapun, mau dia miskin atau kaya, susah atau dalam tekanan, perempuan diberi hadiah oleh Tuhan, yakni kemampuan untuk membuat keputusan. "Ketika kita lahir, kita tidak bisa memilih, namun setelah lahir kita bisa membuat keputusan untuk jadi apa, membuat keputusan untuk masa depan seperti apa," tuturnya.

Ada empat hal, menurut Era, bisa mengubah perempuan dari keterpurukan atau dari loser menjadi winner. Pertama,

dua. Banyak membaca buku. Ketiga, event. Dengan event-event seperti webinar motivasi, atau sharing pengalaman bisa menjadi moment of truth. Keempat, leader atau mentor. Keempat adalah *aha moment*. "Saya berharap wanita Indonesia menemukan *aha moment* setelah mengikuti acara ini sehingga bisa berubah menjadi wanita tangguh dan mandiri," harap Era.

Salah satu bentuk kemandirian bagi seorang perempuan adalah mampu menghasilkan sesuatu yang bernilai sehingga mendatangkan *income*. Ariana Octavia, *influencer* menceritakan pengalamannya bagaimana ia bisa menjadi pembuat konten di media sosial. Setelah memutasikan keluar dari pekerjaan formal, Ariana ingin mengisi waktu luang dengan sesuatu yang bermanfaat.

Karena menyukai fotografi, Ariana pun memanfaatkan ponsel pintarnya untuk memotret makanan atau suasana bukannya dan di-share di Instagram. Hasil yang bagus membuat banyak *follower*-nya bertanya tentang teknik akhirnya Ariana membagikan tips mengenai cara memotret berikut *editing* fotonya. "Dari situ banyak *follower* berdatangan,



80% PEREMPUAN ENGGAN ADUKAN KDRT.

dan diajak ikut workshop. Akhirnya diajak dari workshop bisa keliling Indonesia," kisah Ariana.

Hal penting dalam membangun kemandirian perempuan di dalam keluarga adalah kemampuan mengelola keuangan dengan baik. Head of Sales AXA Mandiri Galila Maharajah mengatakan, perempuan sebagai pengendali keuangan keluarga wajib memiliki pengetahuan dasar mengenai perencanaan keuangan. Tidak perlu terlalu rumit, terpenting memiliki pengetahuan pengeluaran yang penting untuk saat ini dan untuk masa yang akan datang.

Pastikan apa yang dibutuhkan untuk masa depan, misalnya santunan untuk pendidikan anak serta perlindungan kesehatan anak-anak. "Kita tidak mau kalau ada suatu risiko akhirnya perencanaan keuangan kita jadi hancur, karena kita tidak punya *back up*," jelas Galila.

Acara Webinar ini terselenggara berkat kerja sama Berita Satu Media Holding dengan AXA dan AXA Mandiri. ■

3. ALLIANZ SUKSESAN VAKSINASI COVID-19 IKNB

Investor, hal. 16&17 / 28-05-2021

Allianz Suksesan Vaksinasi Covid-19 IKNB

Industri Keuangan Non Bank bersama Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Kementerian Kesehatan, dan Dewan Asuransi Indonesia berpartisipasi dalam menyukseskan program vaksinasi yang dicanangkan pemerintah. Sebagai salah satu institusi keuangan non bank, Allianz Indonesia juga turut menyelenggarakan program vaksinasi di Hotel Bidakara, Jakarta dan kantor pusat Allianz Indonesia untuk lansia dan karyawan perusahaan. Keikutsertaan Allianz Indonesia dalam program ini melengkapi rangkaian vaksinasi lansia yang telah dilakukan melalui kampanye #AwaliDenganKebaikan di Jakarta, Bogor, Yogyakarta, Medan, dan Surabaya sejak Maret lalu.

Country Manager & Direktur Utama Allianz Life Indonesia Joos Louwerier menyebut, rangkaian inisiatif tersebut merupakan

komitmen Allianz Indonesia kepada masyarakat dan dukungan berkelanjutan terhadap upaya pemerintah dalam percepatan program vaksinasi. Melalui kampanye #AwaliDenganKebaikan, Unit Usaha Syariah PT Asuransi Allianz Life Indonesia (Allianz Life Syariah) bekerjasama dengan Halodoc dan Gojek Indonesia untuk menyediakan Pos Pelayanan Vaksinasi Covid-19 Drive Thru gratis untuk para lansia di lima kota terpilih sejak 17 Maret 2021. [W1]

4. BISNIS AXA MANDIRI TUMBUH 18% DI 2020

Investor, hal. 19 / 28-05-2021

Bisnis AXA Mandiri Tumbuh 18% di 2020

PT AXA Mandiri Financial Services (AXA Mandiri) berhasil membukukan premi sebesar Rp 11 triliun sepanjang 2020, atau bertumbuh 18% dibandingkan tahun sebelumnya. Capaian kinerja yang impresif di tengah kondisi pandemi dan ekonomi yang sedang sulit. Perolehan premi ini menjadi kontributor terbesar dari total pendapatan perusahaan yang sebesar Rp 12 triliun. Laba bersih tercatat sebesar Rp 1 triliun.

Presiden Direktur AXA Mandiri Handoyo G. Kusuma mengungkapkan, hasil positif tersebut tidak terlepas dari kerja sama tim dan dukungan berbagai pihak termasuk pemegang saham. "Pandemi telah mengajarkan kita untuk memiliki mental tangguh, serta adaptif dalam merespon perubahan yang terjadi. Dalam kondisi ini, kami melihat tantangan dengan perspektif yang optimis dan dengan semangat #KnowYouCan, kami selalu yakin terhadap kemampuan jaringan layanan serta teknologi digital kami untuk tetap memberikan solusi proteksi berstandar global kapan pun dan di mana pun kepada nasabah," paparnya.

Selaras dengan adaptasi terhadap situasi, AXA Mandiri memantapkan transformasi digital untuk pengembangan bisnis saat ini dan ke depan. Transformasi tersebut juga untuk membentuk ekosistem digital termasuk juga dalam peningkatan kualitas tenaga pemasar. AXA Mandiri pun menerapkan tata kelola perusahaan yang baik secara ketat pada seluruh aspek pengelolaan bisnis. [WI]

5. PRUDENTIAL INDONESIA RAIH PREMI RP23,7 T

Investor, hal. 18 / 28-05-2021

secara industri, perolehan tersebut masih tertinggi di industri asuransi jiwa, apalagi di tengah tantangan pandemi yang masih terjadi. Selain premi, total aset dan total investasi Prudential Indonesia, yang sebesar Rp76,3 triliun dan Rp70,2 triliun juga merupakan yang tertinggi di industri asuransi jiwa. Di tahun 2020 pun Prudential Indonesia membayarkan total klai sebesar Rp12,8 triliun.

Presiden Director Prudential Indonesia Jens Reisch mengatakan, Prudential Indonesia merangkum 2020 ke dalam dua kata yaitu, inovasi perlindungan dan inovasi untuk delighting customers. "Seluruh inovasi yang kami hadirkan merupakan wujud dukungan kami kepada masyarakat dalam menghadapi berbagai tantangan dan ketidakpastian dalam hidup. Pada akhirnya, kami mampu mencatat hasil bisnis yang stabil dan terus membangun posisi finansial yang memungkinkan kami tetap tangguh menghadapi tantangan tahun lalu," tuturnya.

Dalam hal inovasi perlindungan, Prudential Indonesia bergerak cepat merespons kebutuhan yang meningkat di 2020. Salah satu contohnya, sebelum pandemi COVID-19 merebak di Indonesia, Prudential Indonesia menjadi perusahaan asuransi jiwa pertama di Indonesia yang menyediakan Santunan Tunai Tambahan jika nasabah terdiagnosis positif COVID-19. Di 2021, inovasi terus berlanjut dan kami meluncurkan inisiatif Program Santunan Rawat Inap Pascavaksinasi dan menyediakan sentra vaksinasi COVID-19. Di 2020, Prudential Indonesia telah meluncurkan 60 produk dan solusi perlindungan, termasuk di antaranya produk baru dan juga peningkatan dari produk sebelumnya, untuk memenuhi kebutuhan nasabah yang semakin berkembang. [W1]

Prudential Indonesia Raih Premi Rp23,7 T

PT Prudential Life Assurance (Prudential Indonesia) mencatat total pendapatan premi sebesar Rp23,7 triliun pada 2020. Perolehan ini sedikit turun dibandingkan dengan tahun 2019. Kendati demikian,

6. ASURANSI UMUM TERANGKAT DAYA BELI MASYARAKAT

Kontan, hal. 10 / 28-05-2021

■ BISNIS ASURANSI UMUM

Asuransi Umum Terangkat Daya Beli Masyarakat

JAKARTA. Pelan tapi pasti, bisnis asuransi umum mulai membaik seiring meningkatnya daya beli masyarakat. Alhasil, industri asuransi umum bisa mengantongi pendapatan premi lebih besar dibandingkan tahun sebelumnya.

Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK), pendapatan premi asuransi umum tumbuh 4,20% yoy menjadi Rp 26,77 triliun per April 2021. Realisasi itu berasal dari premi penutupan langsung dan tidak langsung yang masing-masing sebesar Rp 23,75 triliun dan Rp 1,94 triliun.

Direktur Eksekutif Asosiasi Asuransi Umum Indonesia (AAUI), Dody Achmad Dalimunte menjelaskan, kinerja industri dipengaruhi pertumbuhan ekonomi nasional. Jika ekonomi membaik, maka makin banyak orang yang meng-

gunakan produk asuransi.

"Pada masa pandemi ada penurunan asuransi. Namun, kami melihat pada triwulan I 2021, ada peningkatan walau tidak terlalu besar," kata Dody, dalam diskusi secara

Kinerja industri dipengaruhi pertumbuhan ekonomi.

virtual, Kamis (27/5).

Menurut Dody, meningkatnya bisnis asuransi umum seiring dengan kenaikan penjualan kendaraan bermotor pada triwulan I 2020 dibandingkan realisasi triwulan IV 2020. Bahkan, perusahaan manufaktur sudah mulai

memproduksi kendaraan bermotor walau jumlah kecil.

Alhasil, bisnis asuransi terangkat karena sebagai besar penjual kendaraan melalui lembaga pembiayaan seperti bank dan *multifinance* yang membutuhkan produk asuransi untuk melindungi risiko kredit mereka.

Selain itu, peningkatan bisnis asuransi juga didorong insentif pajak penjualan atas barang mewah (PPnBM) sebesar 0%. Pembelian mobil baru ikut meningkat walau belum terlalu signifikan.

Misalnya saja, PT Asuransi Cakrawala Proteksi Indonesia (ACPI) mulai mencatatkan adanya pertumbuhan premi pada kuartal II-2021 karena adanya insentif PPnBM serta momen Lebaran. Hingga April 2021, perusahaan mencatatkan pertumbuhan premi hing-



KONTAN/Carolus Agus Waluyo
Asuransi umum mulai membaik seiring meningkatnya daya beli masyarakat.

ga 16% yoy menjadi Rp 505 miliar. Pada periode yang sama di tahun lalu, premi yang didapatkan perusahaan baru senilai Rp 434 miliar. "Hingga Mei, premi sudah Rp 523 miliar, tapi belum bisa dibandingkan karena Mei belum selesai," ujar Wakil Direktur ACPI, Nicolaus Prawiro.

Sampai saat ini, lini bisnis asuransi kebakaran masih menjadi kontributor utama dalam portofolio ACPI dengan kontribusi sekitar 60%. Sedangkan asuransi kendaraan bermotor berkontribusi hampir mencapai 40%.

Ferrika Sari

7. MARAK ASURANSI DIGITAL, WASPADA PENCURIAN DATA PRIBADI!

cnnindonesia.com / 28-05-2021

Marak Asuransi Digital, Waspada Pencurian Data Pribadi!

Asuransi.com, CNN Indonesia | Jumat, 28/05/2021 10:00 WIB

Tagihan :  



Foto: Shutterstock

Jakarta, CNN Indonesia -- Pandemi COVID-19 telah membawa perubahan signifikan dan pesat menuju digitalisasi. Hal ini dapat dilihat dari perubahan pada kebiasaan orang sehari-hari, mulai dari pertemuan secara daring serta pembayaran non-tunai.

Masyarakat semakin terbiasa dengan digitalisasi yang menawarkan berbagai kemudahan serta langkah-langkah yang praktis. Asia Tenggara yang saat ini merupakan salah satu kawasan dengan pertumbuhan ekonomi digital terbesar dan tercepat di dunia, dengan total transaksi daring yang diprediksi mencapai USD 10 miliar sepanjang 2020.

Sebelum pandemi COVID-19, transformasi digital ini sudah mulai terasa di hampir segala aktivitas. Hal ini terlihat dari meningkatnya penggunaan *online travel agent*, *online shopping*, *online transaction*, sarana *remote working*, hiburan, dan sebagainya.

"Masyarakat Indonesia memang sudah mengarah ke transformasi digital dan dengan adanya pandemi COVID-19 justru semakin mempercepat pertumbuhannya. Namun, meskipun pertumbuhan digital di Indonesia semakin melesat, berdasarkan yang saya analisis masih banyak orang yang terjebak ke bisnis digital tanpa betul-betul memahami konsep digital itu sendiri, sehingga tidak sedikit pula yang terjebak perang harga lewat digital," ungkap Founder dan CEO Tribelio, Denny Santoso dalam keterangan tertulis.

Menurut Denny, bisnis digital sudah mengalami evolusi yang cukup besar.

"Saat ini, dunia digital sudah memasuki era *purposeful brand*, di mana untuk dapat bersaing secara digital, setiap merek atau bisnis harus membangun komunitas yang memiliki tujuan atau misi yang bermanfaat, atau yang dikenal dengan *tribe*," ujarnya.

"*Tribes* adalah istilah bagi kumpulan orang yang memiliki loyalitas tinggi terhadap tujuan yang sama. Maka dari itu, saya membangun Tribelio, sebuah platform digital yang dapat memudahkan para *teachers, brand* atau bisnis untuk membangun orang-orang tersebut dan menjalin hubungan lebih dalam dengan mereka, sehingga tujuan dan misi itu dapat terlaksana dengan baik," tambah Denny.

Selain itu, bisnis digital juga menawarkan beragam kemudahan yang dapat dimanfaatkan baik oleh penjual maupun pembeli. Kemudahan digital ini dimanfaatkan oleh beragam jenis bisnis dan industri. Salah satunya adalah asuransi yang dapat memangkas proses proses rumit dan mempercepat layanan.

Allianz Indonesia sendiri telah mengedepankan digitalisasi sejak fase awal nasabahnya bergabung. Hingga melakukan klaim untuk mendapatkan pengalaman pengguna yang memberikan kemudahan serta pelayanan yang berkesan. Hal ini salah satunya diwujudkan melalui layanan Allianz eAry Connect yang memudahkan nasabah untuk berinteraksi dengan layanan digital Allianz. Digitalisasi pada industri asuransi juga diharapkan dapat membantu penetrasi asuransi di Indonesia, yang masih menjadi salah satu negara dengan tingkat penetrasi asuransi terendah di dunia.

Sebelumnya, Staf Ahli Menteri Keuangan Bidang Jasa Keuangan dan Pasar Modal (JKPM), Aji Baharudin mengungkapkan terdapat beberapa hal yang ditunjukkan sebagai faktor penghambat perkembangan sektor asuransi di Indonesia. Beberapa di antaranya adalah masih rendahnya literasi keuangan dan ketimpangan akses pada jasa keuangan. Sehingga, digitalisasi asuransi memiliki peran penting untuk lebih meningkatkan akses masyarakat pada sektor ini guna terus mendorong pertumbuhannya.

Survei terbaru dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) juga menunjukkan pada kuartal kedua tahun 2020, jumlah pengguna internet di tanah air mencapai 136,7 juta atau 73,7 persen dari total populasi. Fakta tersebut semakin menguatkan pendapat digitalisasi asuransi dapat menjadi inovasi menarik pada sektor ini.

Kini, beberapa jenis produk asuransi yang sudah marak ditawarkan secara digital, antara lain asuransi mobil, asuransi rumah, asuransi jiwa, asuransi kesehatan, dan asuransi perjalanan. Masyarakat bisa dengan mudah mendapatkan berbagai produk asuransi berbasis digital ini melalui bermacam platform, seperti *marketplace C2C (customer-to-customer)*, *B2C (business-to-customer)*, platform milik perusahaan asuransi serta platform digital lainnya yang dapat diakses menggunakan aplikasi, *mobile* ataupun *website*.

Riset Swiss Re Institute mengungkapkan 76 persen masyarakat Indonesia tertarik membeli produk asuransi digital. Adapun platform yang paling banyak dipilih untuk mendapatkan produk asuransi ini adalah *e-commerce* dan *fintech*.

Namun, kemudahan digital juga mengundang kekhawatiran akan keamanan, terutama dalam hal privasi data. Pada pertengahan 2020 75 juta data pengguna terapan diunggah melalui Dark Web dengan Rp 73,5 juta. Hal ini membuat informasi seperti nama, alamat dan kontak dapat dibaca dengan sangat mudah. Kondisi ini tentu menjadi ancaman bagi pengguna, terutama bagi yang kerap melakukan transaksi vital secara *online*, termasuk membeli asuransi apabila tidak didukung oleh perhatian dan sistem yang menjangkau.

Sebuah survei yang dilakukan oleh perusahaan keamanan siber, kaspersky, pada pertengahan 2020 mengungkapkan 40 persen responden dari Asia Pasifik menganggap insiden kebocoran data pribadi yang diakses oleh orang lain tanpa persetujuan. Hal ini semakin didukung oleh data dari *Dadad* siber dan *Bandi* Negara yang juga mengungkapkan sepanjang Januari hingga Agustus 2020 terdapat hampir 190 juta upaya serangan siber di Indonesia. Angka ini meningkat lebih dari empat kali lipat dibandingkan periode yang sama di tahun sebelumnya.

Perlindungan data pribadi pengguna tentunya menjadi salah satu perhatian utama bagi Allianz Indonesia. PT Asuransi Allianz Life Indonesia dan PT Asuransi Allianz Utama Indonesia telah meraih Sertifikat ISO 27001:2013 yang menjadi penilaian standar internasional terhadap sistem tata kelola keamanan informasi dan perlindungan data.

"Kami memahami bahwa keamanan siber masih menjadi sebuah tantangan besar. Terlebih sejak terjadinya pandemi COVID-19, di mana masyarakat diarahkan untuk bekerja dari rumah, teknologi digital hingga berujung pada meningkatnya kejahatan siber. Dengan memiliki sertifikasi ISO 27001 menunjukkan bahwa kami telah melakukan langkah-langkah pencegahan untuk melindungi informasi nasabah, mengelola risiko keamanan informasi dari ancaman siber serta mencapai kepatuhan perlindungan informasi nasabah," ungkap Mike Sutton, Chief Digital Officer, Allianz Life Indonesia.

Nasabah merupakan fokus utama bagi Allianz, sehingga upaya membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan di era digitalisasi asuransi akan terus dilakukan. Berikut beberapa tips agar aman dari pencurian data pribadi secara *online* oleh Mike.

1. Jangan Sembarangan Memerintahkan Permintaan Pertemanan di Media Sosial

Alangkah baiknya Anda menggunakan fitur *private* pada akun media sosial Anda. Dengan begitu, Anda dapat mengecek terlebih dahulu setiap orang yang ingin terhubung dengan Anda. Terutama banyak memberikan informasi pribadi di laman profil juga sangat tidak disarankan guna mencegah penipu mengakses informasi personal.

2. Jangan Sembarang Klik Tautan Mencurigakan

Jika menerima pesan yang tampak mencurigakan, sebisa mungkin jangan klik tautan apapun atau membuka lampiran dalam pesan tersebut. Peretas mungkin mencari data Anda melalui tautan tersebut.

3. Jangan Gunakan Password yang Mudah Ditebak

Biasanya platform *online* mengharuskan pengguna untuk menggunakan password yang terdiri dari kombinasi huruf, angka, huruf kapital serta simbol untuk meminimalisir password dapat ditebak dengan mudah. Selain memilih password yang tidak terlalu mudah, jangan lupa untuk mengganti password secara berkala.

4. Pastikan Keamanan Jaringan yang Digunakan

Terhadap masyarakat terdapat dengan tersedianya jaringan Wi-Fi publik. Padahal, memakai jaringan Wi-Fi publik tidak selalu aman karena sangat rentan disusupi *hacker* jahat yang mencuri data pribadi. Sangat disarankan untuk tidak menggunakan Wi-Fi publik terutama saat melakukan transaksi pembayaran atau membuka akun bank. Dan pastikan *key* saat setelah pemakaian.

5. Selati Perhatian Keamanan Situs

Pastikan situs yang Anda kunjungi dimulai dengan alamat *https://* untuk menjamin keamanan situs. Pertukaran data dalam situs *https* terjaga dari gangguan dan pencurian.

6. Manfaatkan Penggunaan Notifikasi Login

Notifikasi login berguna untuk menginformasikan jika ada pihak tak dikenal yang berusaha masuk ke akun Anda. Notifikasi ini biasanya akan dikirimkan melalui e-mail Anda dengan menggunakan jenis *google*, lokasi dan waktu terjadinya login.

7. Aktifkan Otentikasi Dua Langkah

Otentikasi dua langkah merupakan langkah verifikasi tambahan untuk masuk ke dalam akun. Salah satu otentikasi dua langkah yang paling sering digunakan adalah kode OTP yang dikirim melalui SMS atau telepon. Jangan memberikan PIN ataupun kode OTP ini kepada siapapun.

8. Jangan Simpan Data Kartu Kredit di Website/ E-commerce yang Tidak Kredibel

Saat ingin mendapatkan kartu kredit untuk pembayaran di *e-commerce* atau *online shop*, pastikan terlebih dahulu kredibilitasnya. Hal ini agar terhindar dari pembobolan kartu kredit. Jangan lupa untuk segera menghapus data kartu kredit seperti nomor kartu kredit, nama lengkap, nomor CVV sesaat setelah melakukan transaksi.

(edw/edw)

8. 5 ALASAN MENGAPA KITA PERLU PROTEKSI KELUARGA DENGAN ASURANSI

nova.grid.id / 28-05-2021

5 Alasan Mengapa Kita Perlu Proteksi Keluarga dengan Asuransi

Ditanya Mayang Rintani Radikal NOVA - Kamis, 27 Mei 2021 | 203.00



5 Alasan Mengapa Kita Perlu Proteksi Keluarga dengan Asuransi

NOVA.id – Asuransi merupakan salah satu bagian dari keamanan pada piramida keuangan kita.

Seperi yang kita ketahui, asuransi adalah bentuk management risiko keuangan apabila terjadi risiko kehidupan, seperti meninggal, sakit kritis, cacat, dan sebagainya.

Asuransi yang tepat bagi keluarga adalah yang sesuai dengan kondisi keuangan saat ini, lebih tepatnya budget, sebab kita paham *financial security* berarti?

Baca Juga:

4 Alasan Perlu Tahu Manfaat Asuransi dan Menghindari Risiko Keuangan
Modelnya untuk keluarga, harus mencakup langkah asuransi jiwa, asuransi sakit kritis, dan asuransi kesehatan.

Untuk anak anak, fokus pada asuransi kesehatan, bukan untuk jasanya.

Jadi, begini dan sesuai dengan kebutuhan, tidak dalam over budget utk bayar premi dan tidak dalam posisi underinsured (benefit asuransi di bawah kebutuhan sebenarnya).

Baca Juga:

Pentingnya Atur Keuangan Bisnis Dengan Asuransi, Ada Perlindungan Ekstra!

Hal yang harus dipikirkan dalam sebuah keluarga adalah pencari nafkah utama, karena dari dirinya seluruh ekonomi keluarga bergantung.

Itu dari ATM, maka harus ada backup untuk ATM tersebut apabila resiko terjadi tergesa, keluarga yang ditanggungkan tetap bisa tetap normal.

Hal yang harus dilakukan sebelum membeli asuransi, yaitu ketahui kondisi keuangan saat ini secara terperinci, lalu tentukan budget masing2 TIDAK pamer dari asuransi untuk membeli produk asuransi.

Baca Juga:

GVC dan Prudential Indonesia Luncurkan Asuransi Jiwa Kumpulan Syariah

Kita bisa melakukan survei dan analisis, kira-kira opsi produk asuransi mana yang sesuai, nilai tradisional atau unit link. Setelah itu, baru bisa memilih mana yang lebih cocok untuk kita, apakah melalui agen, bancass, dan sebagainya.

Ada beberapa keuntungan yang didapat adalah jika memiliki proteksi kesehatan dengan asuransi, menurut perencana keuangan Finansialku, Rista Zwerstka Nani, CPP.

Baca Juga:

Mengapa Perlu Asuransi Penyakit Kritis? Jawab Ada 5! 1. Kesehatan?



1. Memberikan proteksi untuk tanggul keluarga.

Kedua, memberikan jaminan finansial (terhindar dari hutang dan sebagainya).

Ketiga, melindungi dari kebangkrutan keluarga.

Baca Juga:

Bahai Kita Manfaat Asuransi Kesehatan, Mabin Mudah Lakukan Ini

Kemang, keluarga bisa fokus melakukan kebutuhan saat ini dan tidak tergesa.

Kelima, menjadi salah satu proses distribusi kekayaan ke generasi selanjutnya.

Kita juga perlu tahu, bahwa biaya inflasi pengobatan dan rumah sakit akan terus bertambah setiap tahunnya.

Baca Juga:

Satu Poin untuk Satu Keluarga dalam Asuransi AVA iFamily Protection

Jadi, lebih baik mencegah dan mempersiapkan sedini mungkin, kan?

Dapatkan pembahasan yang lebih lengkap dan mendalam di Labiod NOVA.

Vuk, langsung langganan kelas report di *Good Share* (*)

Meike Isa Alma Sitompul, Finansialku

9. BPJS KESEHATAN APRESIASI DUKUNGAN MEDIA MASSA DALAM PROGRAM JKN-KIS
Gorontalo Post, hal. 16/ 28-05-2021

BPJS Kesehatan Apresiasi Dukungan Media Massa Dalam Program JKN-KIS

GORONTALO-GP-Kepala BPJS Kesehatan Cabang Gorontalo Mohammad Yusrizal mengapresiasi peran serta dan dukungan media massa dalam mensosialisasikan program Jaminan Kesehatan Nasional -Kartu Indonesia Sehat (JN-KIS). Hal ini dikatakannya pada kegiatan Media Gathering yang digelar BPJS Kesehatan cabang Gorontalo dan diikuti para awak media di Provinsi Gorontalo. Selasa, (25/05) di Restoran Roemah Marly Kota Gorontalo.

Yusrizal mengatakan, media massa menjadi sarana edukasi bagi masyarakat untuk mengetahui informasi terbaru program JKN-KIS, termasuk Peraturan Presiden tentang regulasi dari jaminan kesehatan kepada masyarakat luas.

"Peran media massa sangat penting agar masyarakat memahami dan mendapatkan informasi yang tentunya sangat dibutuhkan dalam hal mendapatkan jaminan kesehatan bagi peserta JKN-KIS," kata Yusrizal.

Sebelumnya, secara

bergiliran masing-masing Kepala Bidang di BPJS Kesehatan cabang Gorontalo memberikan materi sesuai tupoksinya diantaranya Kabid Penjaminan Manfaat Rujukan dr.Arthur Alfonso, Kabid Penjaminan Manfaat Primer Mutia Hasan SKM, Kabid Kepesertaan dan Pelayanan Peserta Claudia M.Talibonso, Kabid Perluasan Pengawasan dan Pemeriksaan Peserta Dikdik Sadikin serta Rahma Nin Hiola selaku Staff Penagihan.

Dan ditahun 2021 ini, BPJS Kesehatan fokus melakukan 4 Quick Win. Pertama, meningkatkan kualitas layanan di Customer Journey dengan fokus mengurangi antrian melalui inovasi sistem manajemen informasi online dan inovasi face recognition dengan teknologi artificial intelligent(AI). Kedua Engagement atau keterlibatan masyarakat dalam mendukung dan mempunyai sense of belonging dengan Program BPJS Mendengar. Ketiga, memperluas cakupan kepesertaan dengan meningkatkan

partisipasi masyarakat dan alternatif inovasi pendanaan Program JKN dan keempat, menjaga keberlangsungan/sustainability Program JKN.

"Tentu apa yang telah dipaparkan, kami berharap dapat diinformasikan secara komprehensif mulai dari kepesertaan, perluasan peserta, jaminan manfaat yang ada di FKTP sampai rumah sakit serta masalah keuangan dan terkait gratifikasi," jelasnya.

Dari sisi cakupan kepesertaan, khusus Provinsi Gorontalo sd 1 April 2021 tercatat, peserta JKN mencapai 963.211 dan yang belum menjadi peserta JKN berjumlah 231.181 dari jumlah penduduk Provinsi Gorontalo yang mencapai angka 1.194.392 jiwa. Tentunya, sudah 95 persen masyarakat di daerah ini sudah tercover dalam program JKN-KIS atau selangkah lagi Gorontalo mencapai Universal Health Coverage (UHC). Namun, untuk mencapai UHC diperlukan dukungan berupa pematangan data secara kontinyu dan penganggaran dana oleh Pemda terkait. (lyd)



KEPALA BPJS Kesehatan Cabang Gorontalo Mohammad Yusrizal saat memberi sambutan pada kegiatan Media Gathering yang digelar BPJS Kesehatan cabang Gorontalo dan diikuti para awak media di Provinsi Gorontalo. Selasa, (25/05).

FOTO: LIDYA/GORONTALOPOST

10. DATA PESERTA BPJS BOCOR, WASPADAI SINDIKAT VAKSIN DAN PRODUKSI FARMASI

jabar.idntimes.com/ 28-05-2021

News & Editor 28 May 21 | 10:08
Data Peserta BPJS Bocor, Waspada Sindikat Vaksin dan Produksi Farmasi
BPJS Kesehatan mengungkap dugaan sindikat vaksin dan produksi farmasi



Yogi Kusuma
 @yogikusuma

Bandung, IDN Times - Kasus dugaan bocornya data 279 juta peserta Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Kesehatan menjadi sorotan banyak pihak. Sebab, kebocoran data ini patut disoroti adanya keterlibatan orang dalam dan antisipasi pada tindak kejahatan sindikat di tengah gencarnya vaksinasi COVID-19.
 Anggota Komisi 1 DPR RI dari Fraksi Nasdhan, Muhammad Farhan menjelaskan, adanya pengungkapan dari BPJS atau peretasan tersebut jadi sorotan dan harus diawasi. Pasalnya, BPJS yang ikut dalam penanganan data pasien COVID-19, harus diwaspadai.
 Di masa pandemi, BPJS Kesehatan pasti menyimpan data pasien COVID-19. Sangat mungkin, data yang dicuri itu berkait dengan vaksin atau sindikat obat-obatan," ujar Farhan dalam keterangan tertulis yang diterima *IDN Times*, Jumat (28/5/2021).

1. Kompetensi IT di BPJS Kesehatan perlu dievaluasi



Menurutnya, data nasional warga negara bocor hingga dapat diperjualbelikan menjadi risiko. Selain itu, kebocoran data ini harus dievaluasi karena data warga negara merupakan sektor strategis.

"Data kesehatan WNI sangat strategis. Mesti dianalisis dengan teliti mengapa peretas mengakses BPJS yang juga sangat sensitif tidak penting. Perlu diteliti kemungkinan orang dalam terlibat dalam peretasan," katanya.

2. Mendukung BPJS Kesehatan yang melaporkan ke Bareskrim Polri



Langkah BPJS mengadopsi penegak hukum patut didukung. Namun, Farhan menilai ada tantangan untuk dapat mengungkap kasus itu. "Sutirnya, adalah membuktikan pembocoran data tersebut merugikan peserta secara langsung, langkah hukum BPJS melaporkan kasus ini ke Bareskrim Polri perlu diawasi hingga tuntas," katanya.

"Konsekuensi hukumnya memang bisa melalui UU ITE, tapi harus melibatkan dulu pelaporan dari pemilik data pribadi (WNI) yang merasa dirugikan. Sanksi paling berat adalah pencabutan izin penyelenggaraan Sistem Elektronik (SIS) BPJS Kesehatan oleh Kominfo. Tapi kalau ini diteruskan maka BPJS Kesehatan tidak dapat memberikan layanan Jaminan Kesehatan kepada masyarakat," tambahnya.

3. Bisa menjadi momentum percepatan pengesahan RUU Perlindungan Data Pribadi



Selain itu, Farhan menegaskan, kasus bocornya data peserta jadi momentum untuk mempercepat pengesahan rancangan undang-undang Perlindungan Data Pribadi. "Saya desak agar deadlock RUU PDP segera diakhiri, data kesehatan WNI sangat penting dan rahasia. Harus dijaga dengan ekstra ketat tidak boleh bocor sekecil apa pun," terangnya.

4. BPJS Kesehatan mencurigai adanya peretasan data peserta



Sebelumnya, Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Kesehatan mengungkap adanya kemungkinan peretasan yang membuat data 279 juta penduduk di Indonesia bocor dan dijual di dunia maya.

Direktur Utama BPJS Kesehatan Ali Chufroon mengatakan peretasan masih bisa ditembus meskipun sistem keamanan yang digunakan dalam telah sesuai standar dan terapan.

"Walaupun (BPJS) keadifatan terjadi merupakan sistem keamanan sosial standar yang berlaku, namun masih dimungkinkan terjadinya peretasan, mengingat sangat dinamisnya dunia peretasan," ujar Ali dalam konferensi pers, Selasa 25 Mei 2021, lalu.

Ali menjelaskan bahwa BPJS Kesehatan sebelumnya telah menggunakan sistem keamanan berstandar ISO 27001 dari suatu terasifikasi. BPJS Kesehatan bisa mendeteksi telah menjalankan Security Operation Center (SOC) yang bekerja selama 24 jam dalam 7 hari untuk mengamati hal-hal yang mencurigakan. Setelah demikian, kemungkinan peretasan yang berupa pemalsuan data itu tetap ada. Menurut Ali, BPJS Kesehatan saat ini sedang investigasi dan penelusuran jejak digital terkait dugaan tersebut.

Baca Juga: 279 Juta Data Penduduk Indonesia Diduga Bocor, Begini Kata Kominfo

Topic:
 KOMINFO
 DATA PENDUDUK
 MINISTRIS KEMUKHARAN
 DATA RISET
 KEMENTERIAN KEMUKHARAN
 Show All

11. NASABAH BUMIPUTERA KIRIM PESAN KE PRESIDEN

radarjombang.jawapos.com/ 28-05-2021

Berita Daerah Nasabah Bumiputera Kirim Pesan ke Presiden Terkait Macetnya Klaim Asuransi

28 MEI 2021, 08:30:59 WIB | EDITOR : ROLIFUL MAHMUDHI



DEMO BERLANJUT: Fitriani, saat aksi demo di depan kantor AIB Bumiputera, kemarin.

JOMBANG - Memasuki hari ketiga, aksi demo tunggal Fitri Cahyarani, 40, nasabah Asuransi Iwa Bersama (AIB) Bumiputera Cabang Jombang terus berlanjut. Seperti hari sebelumnya, warga asal Desa Bukurejo, Kecamatan Diwek, Kabupaten Jombang mendirikan tenda dan memasang sejumlah poster berisi tuntutan di depan kantor AIB Bumiputera Cabang Jombang.

Seperti postingan kemarin ini kemarin, ibu empat anak ini menempelkan sejumlah poster berisi tuntutan pada pintu AIB Bumiputera di salah satu sudut kantor AIB Bumiputera.

Selain mengeluhkan nasib anak-anaknya nya, ibu empat anak ini dalam salah satu poster menuntut permintaan bantuan kepada Presiden Joko Widodo. "Tolong kami Pak Presiden" tulisnya dalam salah satu poster.

Baca juga: [Gagal Penyelesaian Sabu Sabu Dalam Cabai](#)



Selain itu, dia juga menyampaikan kehi kesahnya ke Menteri Keuangan. "Ibu Menkeu...ibu juga seorang Ibu kan???" tulis Fitriani.

Saat dikonfirmasi, Fitri mengatakan sengaja mengirimkan pesan melalui poster kepada Presiden Joko Widodo. "Kami terdholm, pada siapa kami harus mengadu. Saya sudah ke Polda, saya sudah ke OJK, tapi nggak ada respons. Jadi mau nggak mau bapak saya, ya presiden. Saya harus ngadu ke Pak Presiden," terang Fitri, Kamis (27/5).

Ia menegaskan, atas adanya persoalan di Bumiputera yang berdampak pada ribuan nasabah. Menyang membubuhkan campur tangan aktif negara. Dalam hal ini, presiden. "Karena presiden sebagai kepala negara harus melindungi warga negaranya," tegasnya.

Ditanggapi, sudah adakah kejelasan pencairan klaim asuransi yang ia ajukan ke pihak Bumiputera, Fitri mengatakan belum ada respons dari pihak Bumiputera. Bahkan, meski sudah turun aksi hingga tiga kali. Pihak, Bumiputera tidak bergeming.

Ia menegaskan jika, pihaknya adalah salah satu dari jutaan korban Bumiputera. Untuk itu, ia mewakili korban korban lainnya, meminta pada negara agar menyelesaikan persoalan ini. "Korban Bumiputera semuanya meminta ada tindakan untuk menyelesaikan persoalan Bumiputera. Dan yang berwenang dalam hal ini adalah OJK," katanya.

Lebih lanjut ia menjelaskan jika dalam hal ini, OJK merupakan regulator dari pihak pemerintah. Untuk itu, sikap dan campur tangan OJK sangat ditunggu jutaan korban nasabah Bumiputera. "Untuk itu OJK sebagai wasitnya, dia harus bertindak tegas. Apa yang seharusnya dilakukan pada manajemen Bumiputera. Karena sampai saat ini belum ada, dan kami harapkan ada tindakan," paparnya.

Ketika ditanya, jika tuntutannya tak kunjung direpons pihak Bumiputera, lantas langkah apa yang akan diambil oleh ia dan korban korban lainnya, Fitri mengatakan tetap akan terus berjuang. "Besok saya akan melakukan aksi bugi bunga," bebernya.

Hal ini bertujuan agar para korban Bumiputera mendapat dukungan serta support dari masyarakat luas. Dan jika sampai batas waktu yang ditentukan, pihak Bumiputera tak kunjung memberikan respons, maka ia dan korban lainnya akan melakukan aksi unjuk rasa secara serentak di seluruh Indonesia. "Kalau sampai besok, sampai batas akhir izin saya belum mendapat respons, teman-teman di daerah lain yang akan bergerak. Kami total Juni, seluruh Indonesia akan bergerak," pungkasnya.

Seperti diberitakan sebelumnya, Fitri Cahyani, 40, seorang ibu rumah tangga nekat menggelar aksi demo tunggal di depan kantor Asuransi Iwa Bersama (AIB) Bumiputera Cabang Jombang kemarin (24/5). Aksi itu sebagai protes kepada perusahaan yang tak kunjung mencairkan klaim asuransinya senilai Rp 120 juta.

Tuntutan Fitriani memuncak pada Senin (24/5) kemarin. Dia memutuskan menduduki halaman kantor AIB Bumiputera seorang diri. Sembari melakikan mulutnya, dia menduduki kantor Bumiputera Cabang Jombang. "Tuntutan saya simpel, bayarkan uangku, karena itu hakku dulu. Biasanya berencana untuk anakku yang seharusnya saya terima 1 Juni 2020 itu senilai Rp 70 juta. Dwiguna prima atas nama suami itu seharusnya saya terima senilai Rp 50 juta pada 1 Juni 2016. Jika ditotal klaim yang seharusnya dibayar pihak asuransi mencapai Rp 120 juta," ujar dia kepada Jawa Pos Radar Jombang.

Terpisah, Kepala Cabang Bumiputera Jombang, Supriyanto menyebut, pihaknya sudah menjalankan SOP sesuai kewenangannya sebagai kepala cabang. Tuntutan klaim pencairan asuransi yang dilakukan Fitriani Cahyani disebut tak bisa diselesaikan di tingkat cabang, melainkan menjadi kewenangan ada di pusat. "Kita sama-sama menunggu, jadi mohon maaf semuanya kami sudah berupaya menjalankan kewenangan kami," jelasnya.

(jw/yan/jl/TPR)


 #aksi demo tunggal Fitri Cahyaran
 nasabah asuransi iwa bersama (aib) bumiputera cabang jombang

12. ASURANSI JIWA SINARMAS MSIG (LIFE) BAGIKAN DIVIDEN DENGAN YIELD 4,76%, INI JADWALNYA

kontan.co.id/ 28-05-2021

Asuransi Jiwa Sinarmas MSIG (LIFE) bagikan dividen dengan yield 4,76%, ini jadwalnya

Jumat, 28 Mei 2021 / 08:22 WIB



INDEKS BERITA



ILUSTRASI. Asuransi Jiwa Sinarmas MSIG (LIFE) akan membagikan dividen Rp 510,30 miliar.

Reporter: **Wahyu Tri Rahmawati** | Editor: **Wahyu T. Rahmawati**

KONTAN.CO.ID - JAKARTA. PT Asuransi Jiwa Sinarmas MSIG Tbk (**LIFE**) akan membagikan dividen Rp 510,30 miliar. Pembagian dividen ini telah mengantongi persetujuan rapat umum pemegang saham pada 25 Mei 2021 lalu.

Dividen yang dibagi ini sebesar Rp 243 per saham. Dengan harga saham LIFE pada Rp 5.100 per saham, Kamis (27/5), *yield* dividen Asuransi Jiwa Sinarmas MSIG sebesar 4,76%.

Dividen yang dibagikan ini lebih besar daripada laba bersih LIFE tahun lalu. Emiten asuransi ini meraup laba Rp 354,76 miliar di tahun lalu. Asuransi Jiwa Sinarmas MSIG juga memiliki saldo laba ditahan yang tidak dibatasi penggunaannya sebesar Rp 163,07 miliar.

Baca Juga: **Pendapatan premi naik, laba MSIG Life tumbuh 41,5% sepanjang 2020**

Berikut jadwal pembagian dividen LIFE berdasarkan keterbukaan informasi di Bursa Efek Indonesia (BEI):

- Cum dividen di pasar reguler dan pasar negosiasi: 4 Juni 2021
- Ex dividen di pasar reguler dan pasar negosiasi: 7 Juni 2021
- Cum dividen di pasar tunai: 8 Juni 2021
- Ex dividen di pasar tunai: 9 Juni 2021
- *Recording date*: 8 Juni 2021
- Pembayaran dividen: 25 Juni 2021

Dari laba tahun lalu, Asuransi Jiwa Sinarmas MSIG akan menyisihkan Rp 3,55 miliar sebagai dana cadangan. Sisa laba sebesar Rp 351,22 miliar dibagi sebagai dividen, ditambah dengan Rp 159,08 miliar dari laba ditahan.

Baca Juga: **Sinarmas MSIG catatkan pendapatan premi Rp 3,66 triliun pada 202**

13. KOLABORASI ASTRA FINANCIAL & ALIBABA CLOUD OPERASIKAN APLIKASI MOXA

Investor, hal. 18&19 / 28-05-2021

Kolaborasi Astra Financial & Alibaba Cloud Operasikan Aplikasi MOXA

Dalam mempercepat upaya transformasi digital perusahaan, Astra Financial (PT Sedaya Multi Investama), anak perusahaan PT Astra International Tbk di bidang jasa keuangan, berkolaborasi dengan Alibaba Cloud untuk menjalankan aplikasi MOXA yang baru diluncurkan pada akhir bulan Maret. MOXA yang berperan sebagai Astra Financial Wealth Hub ini merupakan aplikasi finansial lengkap yang dapat membantu pengguna mencari berbagai macam layanan keuangan, mulai dari pembiayaan pembelian kendaraan, umroh, haji, gadget, dana tunai, hingga asuransi jiwa ataupun mobil.

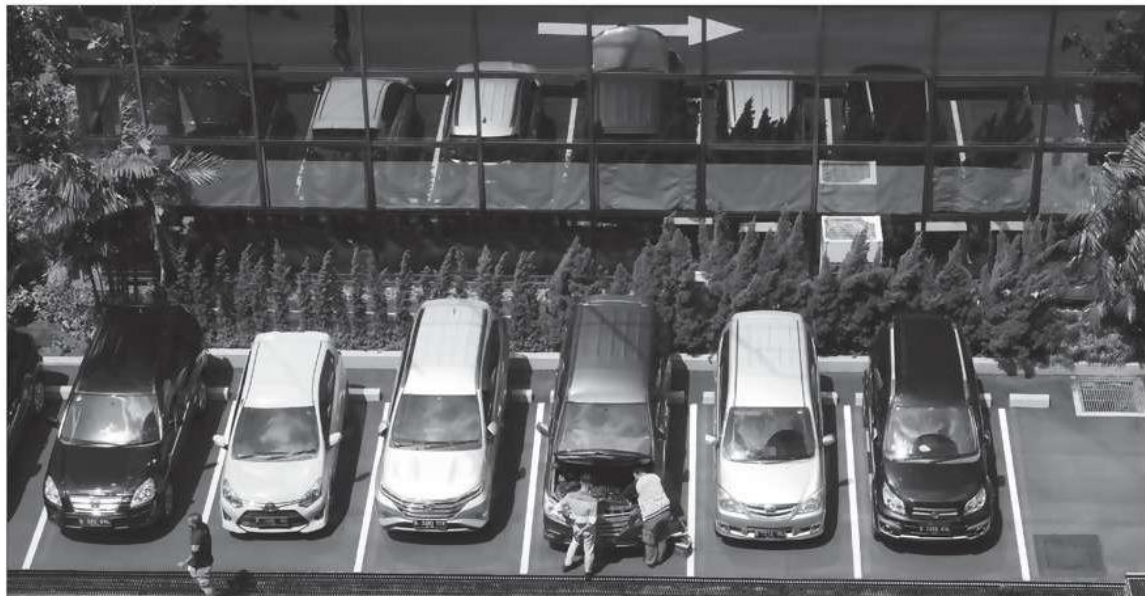
Direktur Astra yang juga menjabat sebagai Director in Charge Astra Financial Suparno Djasmin mengatakan, Astra

Financial menyambut baik kolaborasi ini dan percaya untuk bermitra dengan Alibaba Cloud, perusahaan penyedia layanan cloud terpercaya di Indonesia. "Pengelolaan data nantinya harus dilakukan selaras dengan prinsip pengelolaan data Pemerintah Indonesia, yakni prinsip yang sah secara hukum, patut, dan transparan," ungkap Suparno Djasmin. Industri keuangan membutuhkan solusi cloud yang aman dan Alibaba cloud mempunyai kapabilitas yang komprehensif untuk mewujudkan hal tersebut. [WI]

14. BERITA FOTO - LABA INDUSTRI ASURANSI UMUM

Kontan, hal. 10 / 28-05-2021

Laba Industri Asuransi Umum



KONTAN/Carolus Agus Waluyo

Seorang montir memperbaiki mobil di salah satu lokasi parkir perkantoran di Jakarta, Kamis (27/5). Berdasarkan statistik asuransi Otoritas Jasa Keuangan (OJK), laba industri asuransi umum pada kuartal I-2021 mencapai Rp 1,7 triliun, tumbuh hingga 53,9% (yoy) dibandingkan dengan periode sama sebelumnya yang senilai Rp 1,1 triliun.

15. TANTANGAN HIDUP SEHAT PROGRAM 21 DAYS WORKOUT CHALLENGE

validnews.id / 28-05-2021

> GAYA HIDUP

27 Mei 2021 | 18:40 WIB

Tantangan Hidup Sehat Program 21 Days Workout Challenge

Program 21 Days Workout Challenge, berisi panduan berolahraga yang dibuat selama 21 hari oleh Astra Life dan #PertemananSehat

Editor: Faizal Rachman



Poster program Astra Life 21 Days Workout Challenge. dok.Astralife

JAKARTA – Hidup dengan kesehatan yang paripurna, selalu menjadi dambaan setiap orang. Sayangnya, hidup sehat kerap kali hanya menjadi slogan semata atau resolusi yang tak pernah terealisasi.

Mengubah kebiasaan buruk dan menjalankan pola hidup yang tak sehat acap kali menjadi sesuatu yang sulit untuk diubah. Padahal, sebuah teori yang dipopulerkan oleh Dr. Maxwell Maltz pada tahun 1960-an menyatakan manusia hanya membutuhkan waktu 21 hari untuk mengubah suatu aktivitas menjadi sebuah habit atau kebiasaan.

Nah, atas dasar pertimbangan inilah, PT Asuransi Jiwa Astra (Astra Life) sejak awal tahun 2021 mengajak masyarakat Indonesia bersama-sama menghadapi kondisi pandemi ini, dengan menerapkan pola hidup sehat. Kini ajakan tersebut salah satunya digelorkan melalui program 21 Days Workout Challenge.

Berkolaborasi dengan #PertemananSehat, sebuah komunitas atau gerakan yang dimotori oleh influencer yang gemar berolahraga, Astra Life mengkampanyekan program tersebut melalui akun Instagram @astralifeid. Dalam komunitas tersebut, Dian Sastrowardoyo, Adinia Wirasti, Iwet Ramadhan, Hakim Satrio, Reina Wardhana, Viga Nasution, Jaclyn Halim dan Rio Pasaribu gencar mengajak hidup sehat dengan berolahraga.

Bagi mereka, dalam menjalankan gaya hidup sehat dan berolahraga, lebih mudah dan menyenangkan bila dilakukan bersama teman-teman terdekat. Dalam perjalanannya, gerakan ini kemudian membentuk komunitas-komunitas yang tersebar di seluruh Indonesia.

Program 21 Days Workout Challenge sendiri, sejatinya berisi panduan berolahraga yang dibuat selama 21 hari oleh Astra Life dan #PertemananSehat. Seperti 100 langkah setiap jam, jumping jack, plank, yoga dan olahraga simpel lainnya yang tidak memerlukan alat, sehingga bisa dilakukan oleh semua orang termasuk yang di rumah saja.

Program yang dimulai sejak 18 Maret 2021 ini disambut positif oleh masyarakat dimana terdapat 745 unggahan video melalui Instagram yang berasal dari masyarakat yang ikut serta.

Head of Marketing & Branding and Digital Astra Life Windy Riswanto mengungkapkan, Astra Life terus berupaya menjadi perusahaan yang tidak hanya memberikan layanan perlindungan terbaik bagi masyarakat. Di samping itu, Astra life juga bersedia menjadi teman yang selalu ada dan mendukung masyarakat untuk mencintai hidup seperti menjalankan pola hidup sehat.

"Dengan hidup sehat, imunitas tubuh tetap terjaga sehingga kita bisa lebih siap beraktivitas" ujar Windy

Ia pun berharap, program ini bisa membantu masyarakat untuk senantiasa memiliki kebiasaan hidup sehat agar bisa menghadapi segala tantangan selama masa pandemi ini dan di masa mendatang. Menjaga kesehatan sebagai bentuk mencintai hidup. Urusan Sehat No Worries, #GotYourBack.

16. ASTRA LIFE BERI TANTANGAN POLA HIDUP SEHAT 21 HARI

bandungside.com / 28-05-2021

ASTRA LIFE Beri Tantangan Pola Hidup Sehat 21 Hari

Lifestyle by Rajar Hidayat - Mei 27, 2021

0



 Share
  Tweet
  Share
  Share
  Share

Bandung Side, Jakarta – Pola Hidup Sehat di masa pandemi bersama Astra Life menjadi kebiasaan baru dalam rangka memutus mata rantai penyebaran virus Covid-19.

Dibawah naungan PT ASURANSI JIWA ASTRA, Astra Life menjadi pelopor sejak awal tahun 2021 mengajak masyarakat Indonesia untuk bersama menghadapi pandemi dengan menerapkan Pola Hidup Sehat.

Menularkan Pola Hidup Sehat kepada masyarakat melalui Program 21 Days Workout Challenge berkolaborasi dengan #PertemananSehat.

Sebuah teori yang dipopulerkan oleh Dr. Maxwell Maltz pada tahun 1960-an menyatakan bahwa manusia hanya membutuhkan waktu 21 hari untuk mengubah suatu aktivitas menjadi sebuah habit atau kebiasaan.

Astra Life membuat program 21 Days Workout Challenge melalui akun Instagram @astralifeid berkolaborasi dengan #PertemananSehat.

#PertemananSehat sebuah komunitas atau gerakan yang dimotori oleh influencer yang gemar berolahraga, yaitu Dian Sastrowardoyo, Adinia Wirasti, Iwet Ramadhan, Hakim Satrio, Reina Wardhana, Viga Nasution, Jaclyn Halim dan Rio Pasaribu.

Komunitas #PertemananSehat hadir karena dalam menjalankan gaya hidup sehat dan berolahraga, lebih mudah dan menyenangkan bila dilakukan bersama teman-teman terdekat.

Dalam perjalanannya, gerakan ini kemudian membentuk komunitas-komunitas yang tersebar di seluruh Indonesia.

Head of Marketing & Branding and Digital Astra Life, Windy Riswanto mengungkapkan, "Astra Life terus berupaya menjadi perusahaan yang tidak hanya memberikan layanan perlindungan terbaik bagi masyarakat.

Astra Life dapat menjadi teman yang selalu ada dan mendukung masyarakat untuk mencintai hidup seperti menjalankan pola hidup sehat, tambah Windy.

Menurut Windy, dengan hidup sehat, imunitas tubuh tetap terjaga sehingga kita bisa lebih siap beraktivitas.

Program 21 Days Workout Challenge berisi panduan berolahraga yang dibuat selama 21 hari oleh Astra Life dan #PertemananSehat.

Panduan seperti 100 langkah setiap jam, jumping jack, plank, yoga dan olahraga simpel lainnya yang tidak memerlukan alat sehingga bisa dilakukan oleh semua orang termasuk yang di rumah saja.

Program yang dimulai sejak 18 Maret 2021 ini disambut positif oleh masyarakat dimana terdapat 745 unggahan video melalui instagram yang berasal dari masyarakat yang ikut serta.

Program ini diharapkan bisa membantu masyarakat untuk senantiasa memiliki kebiasaan hidup sehat agar bisa menghadapi segala tantangan selama masa pandemi ini dan di masa mendatang.***

17. HIDUP SEHAT DENGAN ASTRA LIFE MELALUI PROGRAM 21 DAYS WORKOUT CHALLENGE

sinarharapan.id / 28-05-2021

Hidup Sehat Dengan Astra Life Melalui Program 21 Days Workout Challenge

IN HEALTH



Sinarharapan.id- PT ASURANSI JIWA ASTRA (Astra Life) sejak awal tahun 2021 mengajak masyarakat Indonesia untuk bersama-sama menghadapi kondisi pandemi ini dengan menerapkan pola hidup sehat salah satunya melalui program 21 Days Workout Challenge berkolaborasi dengan #PertemananSehat.

Sebuah teori yang dipopulerkan oleh Dr. Maxwell Maltz pada tahun 1960-an menyatakan bahwa manusia hanya membutuhkan waktu 21 hari untuk mengubah suatu aktivitas menjadi sebuah habit atau kebiasaan.

Untuk itu Astra Life membuat program 21 Days Workout Challenge melalui akun Instagram @astralifeid berkolaborasi dengan

#PertemananSehat, sebuah komunitas atau gerakan yang dimotori oleh influencer yang gemar berolahraga, yaitu Dian Sastrowardoyo, Adinia Wirasti, Iwet Ramadhan, Hakim Satrio, Reina Wardhana, Viga Nasution, Jaclyn Halim dan Rio Pasaribu.

#PertemananSehat hadir karena dalam menjalankan gaya hidup sehat dan berolahraga, lebih mudah dan menyenangkan bila dilakukan bersama teman-teman terdekat. Dalam perjalanannya, gerakan ini kemudian membentuk komunitas-komunitas yang tersebar di seluruh Indonesia.

Head of Marketing & Branding and Digital Astra Life, Windy Riswanto mengungkapkan "Astra Life terus berupaya menjadi perusahaan yang tidak hanya memberikan layanan perlindungan terbaik bagi masyarakat, namun menjadi teman yang selalu ada dan mendukung masyarakat untuk mencintai hidup seperti menjalankan pola hidup sehat."

"Dengan hidup sehat, imunitas tubuh tetap terjaga sehingga kita bisa lebih siap beraktivitas" ujar Windy menambahkan.

21 Days Workout Challenge berisi panduan berolahraga yang dibuat selama 21 hari oleh Astra Life dan #PertemananSehat seperti 100 langkah setiap jam, jumping jack, plank, yoga dan olahraga simpel lainnya yang tidak memerlukan alat sehingga bisa dilakukan oleh semua orang termasuk yang di rumah saja. Program yang dimulai sejak 18 Maret 2021 ini disambut positif oleh masyarakat dimana terdapat 745 unggahan video melalui instagram yang berasal dari masyarakat yang ikut serta.

Program ini diharapkan bisa membantu masyarakat untuk senantiasa memiliki kebiasaan hidup sehat agar bisa menghadapi segala tantangan selama masa pandemi ini dan di masa mendatang. Menjaga kesehatan sebagai bentuk mencintai hidup. Urusan Sehat No Worries, #iGotYourBack.