

Jum'at, 29 Oktober 2021

FM-CC-AAJI-006-00

|                |                                 |
|----------------|---------------------------------|
| Judul          | AAJI Lakukan Transformasi Brand |
| Nama Media     | Media Asuransi                  |
| Newstrend      | Transformasi Brand AAJI         |
| Halaman/URL    | 62                              |
| Tanggal Berita | 2021-10-29                      |
| Sentimen       | Positif                         |

## AAJI Lakukan Transformasi *Brand*

Di tengah pandemi Covid-19, Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) meluncurkan transformasi *brand*. AAJI memiliki anggota 65 perusahaan asuransi jiwa. Dalam proses transformasinya, asosiasi mendorong agar semua perusahaan dan para pemangku kepentingan terus meningkatkan kualitas kebijakan bisnis dan berbagai proses usaha industri asuransi jiwa.

Ketua Dewan Pengurus AAJI, Budi Tampubolon, menjelaskan bahwa saat ini adalah momentum emas bagi industri asuransi jiwa untuk menciptakan produk asuransi yang menjawab berbagai kebutuhan dan melindungi lebih banyak masyarakat Indonesia. "AAJI belum cukup puas dengan capaian Industri asuransi jiwa yang saat ini telah melindungi sekitar 60 juta tertanggung dari berbagai kalangan," kata Budi dalam acara *media gathering* peluncuran Transformasi Brand AAJI secara virtual, 9 September 2021. ■ *Wiek*

|                |                                                                 |
|----------------|-----------------------------------------------------------------|
| Judul          | Industri Asuransi Jiwa Catat Kinerja Positif Di Semester I/2021 |
| Nama Media     | Media Asuransi                                                  |
| Newstrend      | Kinerja Industri Asuransi Jiwa Semester I/2021                  |
| Halaman/URL    | 58                                                              |
| Tanggal Berita | 2021-10-29                                                      |
| Sentimen       | Positif                                                         |

## News & Event

# Industri Asuransi Jiwa Catat Kinerja Positif di Semester I/2021

Di tengah situasi pandemi Covid-19 yang belum mereda, industri asuransi jiwa di Tanah Air berhasil melewati masa sulit tersebut. Perusahaan asuransi jiwa yang tergabung dalam Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) berhasil mencatatkan kinerja yang positif selama semester pertama di tahun ini. Total pendapatan mengalami kenaikan 64 persen menjadi Rp119,74 triliun. Sedangkan, kenaikan premi bisnis baru sebesar 27,4 persen dengan nilai total mencapai Rp68,02 triliun.

Ketua Dewan Pengurus AAJI, Budi Tampubolon, menyampaikan bahwa sinyal kuat pemulihan ekonomi muncul secara meyakinkan dalam kinerja industri asuransi jiwa semester pertama tahun ini. "Salah satunya, tergambar pada sisi pendapatan asuransi jiwa yakni industri meraih pertumbuhan premi sebesar 17,5 persen dibandingkan periode sama di tahun lalu," ungkap Budi Tampubolon dalam konferensi pers Laporan Kinerja Industri Asuransi Jiwa Semester I/2021 secara daring, September lalu.

Budi menjelaskan, pertumbuhan pendapatan premi semester I/2021 dibanding periode yang sama 2020, disumbang terbesar oleh kenaikan premi bisnis baru 27,4 persen dengan total Rp68,02 triliun dan premi lanjutan 2,8 persen atau Rp36,7 triliun. "Besarnya pertumbuhan premi bisnis baru sangat ditopang oleh menguatnya peran penjualan *bancassurance*. Saluran distribusi ini tumbuh 37,5 persen atau setara nilai premi Rp37,96 triliun di 2021 ini. Porsi kontribusi *bancassurance* mencapai 55,8 persen total premi bisnis baru," paparnya.

Dalam jenis pendapatan lainnya, imbal hasil dari kegiatan investasi juga menorehkan pertumbuhan positif yang signifikan. Apabila di semester pertama tahun lalu asuransi jiwa mencatatkan kerugian sebesar Rp21,64 triliun, kebalikannya terjadi di semester satu tahun ini yang membukukan hasil investasi Rp4,9 triliun.

Budi Tampubolon juga menjelaskan tentang produk Asuransi Yang Dikaitkan dengan Investasi (PAYDI) atau yang dikenal dengan unitlink. Menurutnya, selama pandemi Covid-19 unitlink masih menjadi primadona masyarakat. Hal ini terlihat

dari kontribusinya naik 62 persen. "Pandemi Covid-19 menjadikan masyarakat sadar terhadap pentingnya memiliki asuransi jiwa bagi masa depan, baik dalam bentuk produk unitlink maupun produk asuransi jiwa dasar. Selama semester I/2021, produk asuransi unitlink tumbuh sebesar 17 persen, sementara produk asuransi jiwa tradisional tumbuh 18,5 persen," ungkap Budi.

Budi memaparkan, selama pandemi Covid-19 *bancassurance* masih menjadi kontributor tertinggi dalam pendapatan premi di semester satu tahun ini yang mencapai 46 persen, bila dibanding kanal lainnya. Kanal *bancassurance* masih memiliki peranan penting dalam pendapatan premi industri asuransi jiwa yang mencatatkan pertumbuhan sebesar 27,3 persen, bila dibandingkan periode semester I/2020 dan periode yang sama tahun sebelumnya.

"Kesimpulannya, *bancassurance* di semester I/2021 menunjukkan pertumbuhan 27,3 persen jika dibanding 2 tahun terakhir ini. Selain itu, kita melihat lompatan pendapatan premi *bancassurance* 2 tahun terakhir. Dari umumnya di kisaran Rp37,7 triliun hingga Rp37,9 triliun, menjadi Rp48,23 triliun," paparnya.

Sementara itu, Ketua Bidang Marketing dan Komunikasi AAJI, Wiroyo Karsono, mengatakan pengumpulan dana kelola investasi pada paruh pertama tahun ini tumbuh sebesar 14,7 persen yoy. Pada semester I/2020, dana kelola investasi tercatat Rp445,2 triliun. Hal ini seiring dengan kinerja industri yang membaik pada semester I 2021.

Menurut Wiroyo, dari total seluruh dana kelolaan, sebagian besar ditempatkan pada instrumen yang dapat mendukung pembangunan

negara. Setidaknya sekitar 26 persen ditempatkan pada obligasi, sukuk dan SBN. Selama semester I/2021, total dana investasi yang ditempatkan pada instrumen investasi tersebut meningkat mencapai Rp133,5 triliun. Angka tersebut tumbuh 12,9 persen dibandingkan periode tahun lalu yang hanya Rp118,2 triliun.

Sementara itu, penempatan dana pada instrumen saham maupun reksa dana dengan *underlying* saham mencapai Rp312,4 triliun. Angka tersebut tumbuh 20,4 persen dibandingkan periode yang sama tahun lalu. "Dengan kata lain, dana kelola investasi industri asuransi jiwa turut berperan mendukung dan menjaga stabilitas pasar modal," ungkap Wiroyo.

Pada kesempatan yang sama, Ketua Bidang Operasional dan Perlindungan Konsumen AAJI, Freddy Thamrin, melaporkan bahwa hingga Juni 2021, industri asuransi membayar klaim terkait Covid-19 sebesar Rp3,74 triliun. "Pembayaran klaim tersebut merupakan komitmen perusahaan asuransi jiwa untuk membayarkan manfaat asuransi terhadap nasabah. Khususnya di tengah situasi sulit akibat pandemi Covid-19. "Jadi, pembayaran klaim dan manfaat bukti nyata komitmen industri asuransi terhadap nasabah," katanya.

Oleh karenanya, pihaknya meyakini di tengah pandemi Covid-19 yang mulai melandai ini kesadaran masyarakat untuk mendapatkan manfaat asuransi jiwa tetap tinggi. Menyusul, adanya klaim yang bisa dicairkan terkait Covid-19. "Manfaat ini dapat digunakan oleh masyarakat pada masa sulit untuk meningkatkan ketahanan ekonomi dan menjaga kualitas hidup keluarga," ujarnya. ■

Wahyu Widiastuti

|                |                                                    |
|----------------|----------------------------------------------------|
| Judul          | Agen Asuransi Jiwa Masih Jadi Tumpuan Mencari Cuan |
| Nama Media     | Media Asuransi                                     |
| Newstrend      | Pertumbuhan Kanal Keagenan Industri Asuransi Jiwa  |
| Halaman/URL    | 44                                                 |
| Tanggal Berita | 2021-10-29                                         |
| Sentimen       | Positif                                            |

■ Agent

## Agen Asuransi Jiwa Masih Jadi Tumpuan Mencari Cuan

Di era digital, perusahaan asuransi terus berbenah melakukan transformasi agar jalur distribusi keagenan dapat memaksimalkan peran dan fungsinya. Agen diberi ruang yang besar dalam penggunaan sistem digital agar lebih mudah dan nyaman saat mengenakan perencanaan keuangan kepada calon nasabah. Hingga saat ini tenaga pemasar masih menjadi penggerak utama bagi banyak perusahaan asuransi jiwa. Bahkan, di tengah pandemi ini perusahaan juga terus melakukan perekrutan agen baru.

Seperti yang dikemukakan oleh Ketua Bidang Operasional dan Perlindungan Konsumen Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI), Freddy Thamrin, di tengah situasi yang sulit saat ini, industri asuransi jiwa terus membuka kesempatan dan peluang bagi masyarakat untuk berperan sebagai tenaga pemasar tanpa ada syarat latar belakang atau dari kalangan tertentu. "Termasuk tidak ada batasan usia dan gender. Baik laki-laki maupun perempuan dipersilakan *joint* sebagai agen asuransi jiwa," kata Freddy secara daring saat paparan kinerja industri asuransi jiwa, September lalu.

Freddy juga mengatakan bahwa industri mengapresiasi tenaga pemasar yang saat ini mencapai 600.000 orang dan 60.000 karyawan di industri asuransi yang ulet melakukan literasi dan inklusi keuangan asuransi kepada masyarakat. "Mereka menghidupkan misi AAJI yaitu *transform* dan *transcend* semangat baru untuk terus maju," tuturnya.

Hal ini juga diungkapkan oleh Chief Marketing Officer Allianz Life Indonesia, Karin Zulkarnaen, bahwa Allianz Life akan menggunakan berbagai cara untuk menjaring nasabah baru dengan mengembangkan jaringan distribusi yang ada, di antaranya menambah jumlah agen. "Upaya lainnya adalah melakukan kolaborasi rekanan, baik dengan bank maupun secara digital," ungkap Karin beberapa waktu lalu.

Karin mengatakan, pentingnya perusahaan untuk terus memperluas *partnership*, karena menjadi kesempatan membuka akses asuransi bagi masyarakat di saat ini. "Melalui berbagai *marketing* program, kami juga mendapat berbagai pertanyaan melalui *website* di situs *Life Changer* karena nasabah bisa mencari agen di platform tersebut," jelasnya.

Karin mengatakan, pentingnya perusahaan untuk terus memperluas *partnership*, karena menjadi kesempatan membuka akses asuransi bagi masyarakat di saat ini. "Melalui berbagai *marketing* program, kami juga mendapat berbagai pertanyaan melalui *website* di situs *Life Changer* karena nasabah bisa mencari agen di platform tersebut," jelasnya.

Menurutnya, meski sedang mengalami berbagai tantangan dan perubahan yang harus dihadapi sejak pandemi tahun lalu, Allianz Life Indonesia berhasil melauhi situasi ini dengan tetap tumbuh dan memberikan layanan prima bagi para nasabah. Di masa pandemi yang menantang saat ini, Allianz Life juga menyediakan *digital service tools*, untuk memberikan pilihan kemudahan akses secara mandiri yang dapat dipilih nasabah sesuai kebutuhannya.

Dijelaskan bahwa Allianz Life selalu berkomitmen menyediakan berbagai produk dan layanan asuransi yang dapat memenuhi kebutuhan segmen nasabah melalui berbagai jalur distribusi. "Sehingga kami senantiasa dapat memberikan perlindungan kepada lebih banyak masyarakat atau *insuring more people*. Kami fokus pada pengembangan inovasi digital dengan memanfaatkan teknologi, agar tetap relevan dengan dinamisnya perkembangan di era disrupsi digital. Di usia 25 tahun ini, Allianz Life Indonesia tetap berkomitmen terus tumbuh dan menyediakan asuransi ke lebih banyak nasabah dan masyarakat Indonesia,"

paparkan Karin.

Karin pun memastikan nasabah dan mitra bisnis dapat terus mengakses produk dan layanan yang disediakan perusahaan dari manapun dan kapanpun. "Semakin banyak proses telah diubah menjadi berbasis digital untuk memberikan *customer experience* yang unik dan mudah," terang Karin.

Sebelum itu, Chief Agency Officer Allianz Life Indonesia, Ginawati Djuandi, mengatakan bahwa kanal distribusi keagenan Allianz Life Indonesia mampu mencatatkan pertumbuhan kinerja yang sangat baik dalam 10 tahun terakhir. "Bagi kami, agen memiliki peran penting sebagai ujung tombak perusahaan dalam menyebarkan pentingnya perlindungan asuransi kepada masyarakat," tegasnya.

Ginawati menyampaikan bahwa kunci strategis mengenai keberhasilan Allianz Life adalah melahirkan sarana digital yang inovatif dan transformatif untuk terus memberikan perlindungan kepada nasabah. Kemudahan dan kenyamanan yang disediakan perusahaan dimulai sejak mitra bisnis menggunakan *digital sales tools* untuk membantu nasabah memilih perlindungan yang tepat dan sesuai kebutuhan, portal nasabah *online* yang dapat diakses dengan mudah kapanpun dan di manapun, sampai layanan pengajuan klaim secara *online*.

Dalam sebuah diskusi, Country Chair MDRT Indonesia, Miliana Marten, mengatakan bahwa tenaga pemasar asuransi perlu dilengkapi dengan *knowledge* dan *sincerity* secara baik. "Dan yang harus diutamakan oleh para agen asuransi jiwa adalah menempatkan kepentingan nasabah di atas kepentingan pribadi agen agar mereka bisa bersifat *stay long* terhadap perusahaan asuransi," tutup Miliana Marten. ■ Wahyu Widiastuti

|                |                                     |
|----------------|-------------------------------------|
| Judul          | Tak Sekedar Jualan Online           |
| Nama Media     | Media Asuransi                      |
| Newstrend      | Pertumbuhan Bisnis Asuransi Digital |
| Halaman/URL    | 7                                   |
| Tanggal Berita | 2021-10-29                          |
| Sentimen       | Positif                             |

Editorial ■

## Tak Sekedar Jualan Online

**D**i era revolusi industri 4.0, istilah digitalisasi menjadi sangat seksi dan banyak perusahaan nonmanufaktur, khususnya sektor keuangan, yang kemudian mengaplikasikannya. Transformasi digital adalah sebuah istilah yang lazim dipakai untuk menggambarkan proses adopsi teknologi digital ke dalam proses bisnis sebuah perusahaan agar mampu menciptakan performa bisnis yang lebih baik dan tentunya efisien.

Berbicara mengenai transformasi digital, tentu memiliki kaitan erat dengan aktivitas digitisasi dan digitalisasi. Keduanya tampak sama tapi sebenarnya memiliki perbedaan makna. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) digitisasi berarti pengubahan teks, gambar, atau suara ke bentuk digital sehingga dapat diproses oleh komputer. Pengertian sederhananya adalah proses mengubah sesuatu non-digital menjadi digital. Sementara itu, digitalisasi memiliki arti yang lebih luas lagi yaitu proses pemberian atau pemakaian sistem digital yakni penggunaan teknologi informasi dan data menjadi kunci utama.

Di industri asuransi, pemanfaatan teknologi digital masih dilihat sebagai sebuah proses penjualan produk asuransi secara *online*. Alhasil, tingkat adopsi teknologi digital menjadi terlihat sangat kecil perannya. Misalnya, data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang menyebutkan saluran pemasaran produk asuransi umum dan asuransi jiwa melalui distribusi digital tercatat hanya 3,94 persen dari total premi industri asuransi Tanah Air.

Bahkan data Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) mencatat bahwa kontribusi saluran distribusi melalui *e-commerce* tidak sampai 0,1 persen dari total premi. Sementara itu, data Asosiasi Asuransi Umum Indonesia (AAUI) menunjukkan kontribusi saluran pemasaran yang menggunakan aplikasi internet hanya 0,07 persen dari total premi.

Data tersebut tidak salah karena disusun berdasar pengelompokan saluran pemasaran produk asuransi, saluran pemasaran digital dianggap sebagai saluran pemasaran tersendiri. Padahal, bisa jadi saluran pemasaran seperti *direct marketing*, agen, broker, *bancassurance*, dan saluran yang lain juga menggunakan teknologi digital dalam proses pemasarannya. Artinya, secara faktual peran pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran di industri asuransi bisa jadi sudah sangat besar.

Hanya saja yang menjadi tantangan saat ini adalah bagaimana pemanfaatan teknologi informasi ini tidak hanya sebatas pada proses pemasaran produk atau *during sales*, tetapi termasuk aktivitas sebelumnya yaitu *presales* hingga *after sales*. Pasalnya, antara *presales*, *during sales*, dan *after sales* memiliki hubungan keterkaitan antara satu dan lainnya.

Pemasaran produk secara *online* tidak bisa hanya dengan menjual produk sama yang dipasarkan secara konvensional tetapi harus produk yang berbeda yang menyesuaikan dengan profil dan kebutuhan *customer*. *Matching product* ini akan mempermudah proses pemasaran.

Untuk bisa menciptakan produk inovatif yang berbeda maka prosesnya pun harus dilakukan dengan menggunakan teknologi informasi seperti *artificial intelligence*, *internet of things*, *machine learning*, dan *big data*. Dari sisi *after sales*, layanan nasabah juga harus didukung dengan teknologi digital agar nasabah memiliki *customer experience* atau *journey* yang bagus sehingga menjadi *loyal customer*.

Pada prinsipnya, penggunaan teknologi informasi memiliki tujuan untuk mempermudah proses pengolahan dan analisis data, mempermudah akses, membuat harga menjadi lebih terjangkau (*affordable*), mengurangi *cost acquisition*, meningkatkan *awareness*, dan membuat *customer* merasa nyaman. Pada akhirnya, pemanfaatan teknologi digital membuat proses *presales*, *during sales*, dan *after sales* menjadi sebuah siklus yang berputar sehingga memberikan manfaat secara bisnis kepada perusahaan.

Memang banyak kemudahan dan manfaat yang dihasilkan dari proses transformasi digital ini, tetapi masalahnya transformasi digital ini memiliki nilai investasi yang tidak murah. Sebenarnya, masalah mahal biaya investasi transformasi digital tersebut dapat diatasi dengan cara berkolaborasi dengan pemain platform digital atau *insurance technology* (*insurtech*).

Sudah bukan zamannya lagi menganggap *insurtech* sebagai pesaing karena kehadiran *insurtech* justru membantu penetrasi industri asuransi. Tak hanya membantu berjualan, para pelaku *insurtech* ini juga gencar melakukan aktivitas edukasi dan literasi kepada masyarakat mengenai pentingnya berasuransi. Di luar itu, para *insurtech* ini memiliki basis data yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan asuransi dalam menciptakan produk inovatif.

Apalagi ke depan, kabarnya Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sedang menyiapkan regulasi yang mewajibkan pelaku *insurtech* untuk menentukan 'jenis kelaminnya' yaitu sebagai perusahaan asuransi atau perusahaan pialang asuransi (broker). Tentunya, rencana regulasi ini akan menghilangkan dikotomi antara perusahaan asuransi dan *insurtech* atau antara perusahaan broker dan *insurtech*. Dengan demikian, *insurtech* tidak lagi dipahami sebagai sebuah entitas tetapi sebagai sebuah proses pemanfaatan teknologi digital. ■ **Achmad Aris**

|                       |                                                                     |
|-----------------------|---------------------------------------------------------------------|
| <b>Judul</b>          | Efek Pandemi, Angka Literasi Dan Inklusi Asuransi Indonesia Meroket |
| <b>Nama Media</b>     | Media Asuransi                                                      |
| <b>Newstrend</b>      | Pertumbuhan Tingkat Literasi & Inklusi Asuransi                     |
| <b>Halaman/URL</b>    | 16 & 17                                                             |
| <b>Tanggal Berita</b> | 2021-10-29                                                          |
| <b>Sentimen</b>       | Netral                                                              |

Cover Story

Cover Story

## Efek Pandemi, Angka Literasi dan Inklusi Asuransi Indonesia Meroket

Pandemi Covid-19 telah membawa dampak yang signifikan terhadap tingkat literasi dan inklusi asuransi di Indonesia. Bahkan, mayoritas masyarakat menganggap asuransi penting dan berencana membeli asuransi dalam jangka menengah panjang. Berdasarkan hasil survei Lembaga Riset Media Asuransi (LRMA) yang dilakukan pada periode September–Oktober 2021, sebanyak 99,3 persen responden menyatakan tahu tentang asuransi dan hanya 0,7 persen responden yang menyatakan tidak tahu.

Jika ditarik lebih spesifik lagi, 100 persen responden milenial (generasi Y) baik dari Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi) maupun luar Jabodetabek mengungkapkan jika mereka tahu tentang asuransi. Ini menandakan jika tingkat literasi asuransi di kalangan masyarakat Indonesia terbilang cukup baik.

Sebagai perbandingan, data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menunjukkan, di tahun 2019 atau sebelum terjadinya pandemi Covid-19 literasi asuransi Indonesia berada di angka 19,4 persen.

Satu setengah tahun pandemi melanda, tingkat inklusi asuransi Indonesia berhasil menembus angka 81,1 persen. Jumlah meningkat dibandingkan data tingkat inklusi asuransi OJK 2019 yang hanya 13,15 persen.

Survei LRMA mengungkapkan jika mayoritas responden pernah memiliki asuransi. Untuk kalangan milenial angkanya lebih mencengangkan lagi, 89 persen responden mengakui pernah memiliki asuransi. Di kalangan milenial Jabodetabek, 86,37 persen menegaskan pernah membeli asuransi. Bahkan untuk milenial di luar wilayah Jabodetabek 100 persen responden menegaskan pernah memiliki asuransi.

Reisha Natasha, selaku responden milenial yang berdomisili di Kalibata, Jakarta Selatan, mengatakan bahwa asuransi dapat memberikan jaminan perlindungan kesehatan, tetapi nilai aset dapat tumbuh dan berkembang juga. Sedangkan Azka yang berasal dari Brebes menjelaskan jika asuransi dapat menjadi pendamping hidup yang baik.

Milenial memang menjadi gene-

ras yang sangat melek asuransi. Masih berdasarkan survei LRMA, 93 persen milenial memandang asuransi sangat penting untuk dimiliki. Jika milenial di Jabodetabek 91 persen bilang asuransi itu penting, milenial di luar Jabodetabek 100 persen menyatakan bahwa asuransi sangat penting.

Sebanyak 70 persen milenial saat ini terproteksi asuransi. Sebanyak 68 persen milenial di Jabodetabek masih memiliki asuransi hingga saat ini, dan milenial di luar Jabodetabek angkanya lebih besar lagi, yaitu 80 persen.

Jika dikategorikan berdasarkan jenis kelamin, laki-laki milenial masih menjadi pemegang polis asuransi tertinggi dan sangat baik dengan angka 86 persen. Sementara itu perempuan milenial angkanya hanya berada di 54 persen atau tergolong rendah.

Adapun milenial yang berencana membeli asuransi dalam waktu dekat juga tergolong besar angkanya, yakni 74 persen. Milenial Jabodetabek lebih *well plan* dengan 77 persen, sedangkan milenial di luar Jabodetabek 60 persen atau cukup baik.

Senada dengan LRMA, survei lembaga riset Nielsen juga mengungkapkan kesadaran untuk memiliki produk asuransi jiwa di kota besar Indonesia sebesar 24 persen, atau meningkat setelah Pandemi Covid-19. Bahkan, tingkat kesadaran itu hampir menyamai Singapura yang tercatat sebesar 26 persen.

Meskipun tingkat literasi dan inklusi asuransi di Indonesia meningkat, sebagian besar responden berharap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan atau agen asuransi

ke depan agar lebih baik dan transparan. Responden juga berharap agar proses klaim lebih mudah, premi lebih terjangkau dan variasi produk lebih banyak lagi.

Di sisi lain jika dibandingkan dengan negara tetangga, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat penetrasi asuransi di Tanah Air hanya 3,03 persen per tahun lalu. Ini lebih rendah dibandingkan dengan penetrasi asuransi rata-rata negara ASEAN 7 persen. Singapura bahkan mencapai penetrasi asuransi 9 persen. Penetrasi asuransi berarti seberapa banyak penduduk yang membeli asuransi.

Ketika melihat Singapura atau Hong Kong yang sangat berkembang, masyarakat lebih mengenal produk asuransi dan masyarakat membayarnya untuk meningkatkan proteksi. Sementara itu Indonesia, dikatakan bahwa masyarakatnya masih belajar tentang asuransi.

Terdapat kesenjangan tentang apa yang mereka pikir dan butuhkan untuk perlindungan. Ini berpotensi menjadi tantangan, tetapi sekaligus menjadi peluang bagi perusahaan asuransi untuk mengedukasi nasabah dan memasarkan produk.

Bank Dunia sempat menyebutkan bahwa Indonesia termasuk 35 negara berisiko tinggi terjadi korban jiwa dan kerugian ekonomi akibat bencana. Kerugian akibat bencana diperkirakan mencapai Rp22,8 triliun setiap tahunnya (2000–2016), sedangkan nilai dana cadangan dari pemerintah hanya sekitar Rp3,1 triliun.

Oleh karena itu, negeri ini membutuhkan alternatif pembiayaan bencana, misalnya melalui asuransi. Kendati begitu, tantangan selanjutnya ialah bagaimana meningkatkan literasi masyarakat terhadap asuransi.

Pasalnya, penetrasi asuransi bencana alam disebut-sebut relatif masih rendah, khususnya selama 2020 kurang dari 0,5 persen.

Pasalnya, penetrasi dan densitas asuransi jiwa di Indonesia juga masih tertinggal dibandingkan dengan negara lain. Tingkat penetrasi asuransi jiwa dilihat dari rasio premi terhadap nilai Produk Domestik Bruto (PDB) baru 1,8 persen di 2019. Sementara itu, penetrasi dari sisi rasio jumlah tertanggung terhadap jumlah penduduk baru mencapai 6,6 persen. Jika dibandingkan dengan negara-negara G20, posisi penetrasi asuransi jiwa di Indonesia masih berada di urutan ke-13.

Berbagai cara seperti penyelenggaraan helikopter inskusi keuangan dan memprioritaskan kemudahan akses layanan keuangan formal bagi seluruh masyarakat, menjadi dua agenda yang dijalankan oleh regulator demi meningkatkan literasi dan inklusi keuangan, termasuk juga bagi industri asuransi.

Salah satu responden Survei Literasi Asuransi LRMA asal Jakarta, Yogi Sembiring, mengungkapkan bahwa perusahaan asuransi harus melakukan inovasi dalam memberikan proteksi dan manajemen keuangan yang dapat diakses secara praktis serta digital, jika ingin terus berkembang dan makin diterima di masyarakat.

Sementara itu Pita Maulani responden survei asal Bogor mengatakan jika ingin penetrasi cepat bertumbuh, perusahaan asuransi harus mengurangi cara-cara pemasaran tidak mengenal waktu melalui telemarketing, dan lebih menggunakan cara-cara milenial yang semakin kreatif dalam pemasaran.

Adapun, responden survei asal Tangerang, Sulistyono, mengharapkan ada kejelasan informasi untuk nasabah. *Gain* dan *risk*-nya harus disampaikan secara jelas karena yang sering disampaikan kebanyakan hanya *gain*-nya saja.

Dari sisi tantangan, industri asuransi nasional perlu melakukan kajian ulang mengenai pengetahuan syarat dan ketentuan serta tarif asuransi guna mengantisipasi *hardening market* akibat pandemi Covid-19.

Adapun, *hardening market* adalah



Pandemi Covid-19 meningkatkan kesadaran masyarakat untuk berasuransi

kondisi saat industri asuransi dan reasuransi global mencatatkan kerugian yang signifikan terhadap pembayaran klaim sehingga mengurangi profitabilitas. Kondisi itu sempat dialami oleh industri asuransi di Eropa selama pandemi Covid-19. Untuk itu, pelaku reasuransi global menaikan harga serta *terms and condition* untuk menjaga kestabilan perusahaan.

Sebelum adanya pandemi Covid-19, lonjakan klaim asuransi terjadi ketika bencana terjadi. Hal sempat dialami oleh reasurador di luar negeri yang menerima risiko katastrofik atas polis-polis yang diterbitkan oleh penanggung di Indonesia.

Kini pandemi Covid-19, menambah dampak ke industri asuransi terkait proses penempatan risiko, khususnya ke luar negeri. Dengan demikian, industri asuransi Indonesia perlu melakukan kajian ulang terhadap data risiko, untuk mendapatkan gambaran yang jelas terkait eksposur liabilitas perusahaan asuransi.

Namun terlepas dari itu semua, potensi industri asuransi di Indonesia masih sangat besar. Hal itu terlihat dari hasil Survei Literasi Asuransi oleh LRMA, yakni tingkat literasi dan inklusi masyarakat terhadap asuransi melonjak signifikan sejak pandemi.

Data terbaru dari Asosiasi Asuransi

Jiwa Indonesia (AAJI) periode Januari–Juni 2021 menggambarkan, perolehan premi industri mencapai Rp104,54 triliun. Jumlah itu tumbuh hingga 19,4 persen *year on year* (yoy) dari sebelumnya senilai Rp87,47 triliun.

Pertumbuhan tahun ini tercatat meningkat signifikan dibandingkan dengan pencapaian tahun lalu. Pada semester I/2020, perolehan premi industri asuransi jiwa tumbuh tipis 0,83 persen *yoy* dari semester I/2019 senilai Rp86,75 triliun.

Sementara itu, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat bahwa perolehan premi industri asuransi jiwa pada Januari–Juni 2021 mencapai Rp94,01 triliun. Jumlahnya tumbuh 28,57 persen *yoy* dari sebelumnya Rp79,4 triliun.

Pertumbuhan kinerja industri dapat disambut dengan pengembangan layanan asuransi digital. Saat ini, adaptasi digital terjadi dengan masif sehingga pemasaran proteksi secara *online* perlu digalakkan perusahaan asuransi.

Masyarakat tertarik membeli asuransi secara digital karena aplikasi mudah digunakan, premi yang sangat terjangkau, produk asuransi yang relatif sederhana, dan ketentuan polis yang mudah dipahami. ■ *Apri A. Hidayat*

|                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|-----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Judul</b>          | Pelaku Industri Asuransi Proyeksi Kanal Keagenan Tetap Jadi Penopang Premi                                                                                                                                                                                                        |
| <b>Nama Media</b>     | Bisnis.com                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <b>Newstrend</b>      | Kontribusi Pendapatan Premi dari Kanal Keagenan Semester I/2021                                                                                                                                                                                                                   |
| <b>Halaman/URL</b>    | <a href="https://finansial.bisnis.com/read/20211028/215/1459393/pelaku-industri-asuransi-proyeksi-kanal-keagenan-tetap-jadi-penopang-premi">https://finansial.bisnis.com/read/20211028/215/1459393/pelaku-industri-asuransi-proyeksi-kanal-keagenan-tetap-jadi-penopang-premi</a> |
| <b>Tanggal Berita</b> | 2021-10-28                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <b>Sentimen</b>       | Netral                                                                                                                                                                                                                                                                            |

## Pelaku Industri Asuransi Proyeksi Kanal Keagenan Tetap Jadi Penopang Premi

Tren penurunan kinerja kanal distribusi layanan industri asuransi jiwa berlanjut hingga semester I/2021. Namun, kanal distribusi tersebut ini diyakini masih akan menjadi salah satu kanal utama penopang kinerja industri asuransi jiwa.

**Debita Herawaty Menterawati** - Bisnis.com  
28 Oktober 2021 | 14:02 WIB



Karyawan berdiri di depan papan perusahaan asuransi di kantor Asuransi Asuransi Jiwa Indonesia (Aji), di Jakarta, Selasa (26/10/2021). *Bisnis.com/Debita*

Bisnis.com, JAKARTA – Kinerja kanal distribusi keagenan industri asuransi jiwa mengalami penurunan sebagai dampak pandemi Covid-19. Namun, kanal distribusi tersebut ini diyakini masih akan menjadi salah satu kanal utama penopang kinerja industri asuransi jiwa. Berdasarkan data Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI), pendapatan premi dari kanal keagenan tercatat mencapai Rp30,44 triliun sepanjang semester I/2021. Capaian tersebut turun 4,9 persen dibandingkan periode yang sama tahun lalu, yang mencapai Rp32,02 triliun.

Tren penurunan kinerja lini keagenan tersebut bahkan lebih terlihat dari semester I/2020 yang tercatat turun 11,5 persen dibandingkan semester I/2019 yang mencapai Rp36,17 triliun.

Salah satu perusahaan asuransi jiwa, PT BNI Life Insurance (BNI Life), juga mencatatkan penurunan kinerja dari kanal keagenan. GM of Corporate Secretary, Legal & Corporate Communication BNI Life Ary Herwido Wildan mengatakan bahwa berdasarkan kinerja per Agustus 2021, kinerja kanal distribusi keagenan dan employee benefit memang mengalami penurunan. Namun, ia tak mengungkap seberapa besar penurunan peranan premi dari kanal tersebut. Pertumbuhan kinerja disebelah oleh kanal distribusi bancassurance dan distribusi alternatif.

"Per Agustus 2021, kinerja kanal distribusi bancassurance tumbuh 15 persen dibandingkan tahun sebelumnya, sedangkan kanal keagenan dan employee benefit mengalami penurunan dari tahun sebelumnya. Kanal distribusi alternatif BNI Life juga mengalami peningkatan secara year on year (yoy)," ujar Ary kepada *Bisnis*, belum lama ini.

Meliputi mengalami penurunan, BNI Life memandang bahwa kanal keagenan memiliki akses eksklusif tersendiri dalam pemasaran asuransi dan masih memiliki prospek yang potensial. Ary menuturkan, kontribusi kanal distribusi keagenan di industri asuransi masih cukup besar, yakni di angka 25-30 persen secara rata-rata dalam beberapa tahun terakhir.

"Pasar asuransi jiwa di Indonesia masih sangat besar, serta kanal keagenan memiliki akses tidak terbatas ke pasar dan itu adalah kekuatan distribusi kanal keagenan," katanya.

Guna mendorong pertumbuhan kinerja perseroan, BNI Life juga melakukan perluasan kanal distribusi melalui kerja sama dengan bank maupun badan usaha selain bank. Salah satu yang sudah dilakukan adalah membentuk kerja sama dengan Bank BRI untuk bancassurance dan kerja sama pemasaran asuransi secara digital melalui Futuready dan LinkAja, kata Ary.

Ketua Dewan Pengurus AAJI Budi Lempuolion menuturkan, kinerja kanal distribusi keagenan hingga pertengahan tahun ini masih terdampak oleh pandemi Covid-19. Hal ini mengingat sifat utama pemasaran kanal distribusi keagenan menghe-ukan adanya tatap muka dengan nasabah, sehingga menjadi tantangan bagi kanal ini untuk mencatatkan pertumbuhan di tengah pandemi.

Ia mengatakan, kontribusi kanal distribusi keagenan merupakan yang terbesar kedua setelah bancassurance. Ia yakin kontribusi dari kanal keagenan akan tetap besar di tahun-tahun mendatang.

"Kami percaya rekan kami kanal distribusi agensi penuh daya yang tangguh dan optimisme luar biasa. Kami percaya kalau kondisi ini (pandemi) berlanjut, mereka akan temui cara-cara mereka untuk tetap bisa melakukan pemasaran asuransi. Mungkin nanti akan terjadi pencampuran, bukan lagi murni tatap muka, tapi dibantu digital," tutur Budi.

Sementara itu, Direktur Utama PT Asuransi BRI Life Iwan Pesta mengungkapkan, kinerja peranan premi hingga kuartal III/2021, ditopang oleh kanal *in branch sales*, distribusi, dan alternatif.

"Di BNI Life ada lima kanal, yakni distribusi, *in branch sales*, alternatif, corporate, dan agency. Dari lima kanal tersebut, kanal *in branch*, distribusi, dan alternatif berkontribusi signifikan," kata Iwan. Selasa (26/10/2021).

Menurutnya, kelima kanal distribusi tersebut masih akan menjadi kontributor utama di BRI Life dalam 3-5 tahun mendatang. Kanal kanal tersebut, nantinya juga akan diperkuat dengan proses digital.

Guna mendorong penguatan digitalisasi tersebut, BRI Life sudah mulai mengadopsi teknologi digital yang dimiliki oleh partner strategis, yakni FWD Financial Services Plc. Ltd yang telah resmi menjadi salah satu pemegang saham BRI Life sejak awal tahun ini.

"Dibantu FWD karena mereka savy dan *expert* di digital. FWD mulai gunakan AI untuk segmentasi nasabah. Kami sedang siapkan juga untuk penetrasi nasabah Bank BRI yang gunakan aplikasi Britno. Tidak hanya itu produk, tetapi menaruh produk yang memang dibutuhkan nasabah," katanya.

Adapun, BRI Life membukukan pendapatan premi senilai Rp1,59 triliun sampai dengan kuartal III/2021. Perolehan ini tumbuh 9,55 persen *year on year* (yoy) dan sebelumnya Rp1,45 triliun pada kuartal III/2020.

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

Sering dengan pertumbuhan pendapatan tersebut, laba perseroan juga mencatatkan pertumbuhan yang cukup baik. Pada periode yang sama tahun lalu, perseroan mencatatkan rugi sekitar Rp90 miliar.

"Sebelum September kami [laba] ada di Rp120 miliar. Kontribusinya memang bagaimana kami lakukan efisiensi karena apa itu kami proyeksikan agak terganggu tapi ternyata tidak. Jadi *bottom line* memang masih cukup baik," ujar Iwan.

|                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|-----------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Judul</b>          | Prudential Indonesia Dorong Peningkatan Literasi Asuransi Jiwa Syariah Bagi Perempuan Indonesia                                                                                                                                                                                                   |
| <b>Nama Media</b>     | Wartaekonomi.co.id                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <b>Newstrend</b>      | Literasi Asuransi Jiwa Syariah Prudential Indonesia                                                                                                                                                                                                                                               |
| <b>Halaman/URL</b>    | <a href="https://www.wartaekonomi.co.id/read370522/prudential-indonesia-dorong-peningkatan-literasi-asuransi-jiwa-syariah-bagi-perempuan-indonesia">https://www.wartaekonomi.co.id/read370522/prudential-indonesia-dorong-peningkatan-literasi-asuransi-jiwa-syariah-bagi-perempuan-indonesia</a> |
| <b>Tanggal Berita</b> | 2021-10-28                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <b>Sentimen</b>       | Netral                                                                                                                                                                                                                                                                                            |



#### Baca Juga: OVO & Prudential Indonesia Ajak Masyarakat Proteksi Pendapatan dari Risiko Kanker & Penyakit Kritis

Menurut data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) 2019, indeks literasi keuangan baru mencapai 38,03%. Bila dirinci berdasarkan jenis kelamin, tingkat literasi keuangan laki-laki sebesar 39,94%, sedangkan perempuan hanya sebesar 36,13%. Meskipun kecil, tetapi masih ada jarak antara perempuan dan laki-laki. Padahal perempuan memiliki peran yang sangat penting, khususnya dalam rumah tangga, untuk mewujudkan keluarga yang tangguh secara finansial.

Sebesar 85% aktivitas belanja keluarga, seperti belanja bulanan dan keputusan pembelian kebutuhan keluarga lainnya, diatur oleh seorang istri atau ibu di rumah. Namun, sebesar 50% istri atau ibu tersebut tidak merasa yakin terhadap keputusan finansial yang mereka ambil dan 62% menyatakan kebingungan saat harus mengarahkan rencana finansial jangka panjang keluarga dan mereka membutuhkan bantuan informasi yang sesuai dengan profil keluarga mereka untuk dapat mengambil keputusan finansial yang tepat.

"Kami memiliki komitmen jangka panjang untuk meningkatkan literasi terkait asuransi jiwa Syariah masyarakat, termasuk perempuan, melalui berbagai macam inisiatif. Dengan meningkatnya kemampuan masyarakat dalam mengelola keuangan mereka dengan baik, maka hal ini akan berdampak kesejahteraan mereka, sehingga mereka dapat menikmati yang terbaik dalam hidup," jelas Luskito.

Kumpulan Emak Blogger menyampaikan menyambut baik inisiatif Prudential Indonesia untuk mendorong kemampuan literasi keuangan perempuan Indonesia melalui pendekatan yang mudah dipahami dan diimplementasikan sesuai dengan kondisi keuangan rumah tangga yang beragam.

Ely Nurul, Ketua Kumpulan Emak Blogger (KEB), menyampaikan, di KEB menjalankan komunitas yang saling mendukung satu sama lain melalui pendekatan berbagi pengalaman dan belajar bersama. Berdasarkan survei internal yang diadakan beberapa waktu lalu, melihat kebutuhan para perempuan di komunitas kami untuk memahami dengan baik konsep dasar alokasi dana rumah tangga dan pentingnya proteksi asuransi jiwa dan kesehatan bagi keluarga.

“Untuk itu, kami sangat mengapresiasi inisiatif Prudential Indonesia untuk memberikan edukasi dan membantu para perempuan Indonesia, terutama para ibu rumah tangga, mengelola keuangan keluarga. Sehingga, komunitas kami juga memiliki pemahaman yang lebih baik terkait manfaat dan keunikan asuransi jiwa Syariah,” jelas Nurul.

Aliyah Natasya, Financial Advisor, salah satu pembicara dalam kegiatan ini mengatakan, seorang ibu, sebagai Chief Financial Officer keluarga memiliki peran penting dalam mengelola keuangan rumah tangga.

Untuk itu setiap perempuan harus memiliki literasi keuangan yang baik. Prinsip dasar membangun keuangan keluarga yang sehat adalah memiliki sistem kelola finansial yang disesuaikan khusus dengan kondisi keluarga kita.

“Untuk itu, penting bagi kita untuk dapat menilai kemampuan finansial keluarga dan melakukan pengelolaan dasar finansial dengan komitmen kuat, serta memiliki asuransi sebagai proteksi jangka panjang,” ujar Aliyah.

Asuransi jiwa Syariah merupakan salah satu solusi perlindungan Prudential Indonesia yang tersedia sebagai pilihan bagi nasabah dan manifestasi dari komitmen Prudential Indonesia yang secara konsisten meningkatkan akses bagi masyarakat Indonesia untuk memperoleh perlindungan berbasis Syariah.

“Prudential Indonesia akan terus mendorong peningkatan literasi asuransi jiwa Syariah di Indonesia, melalui lebih banyak kolaborasi strategis, seperti dengan KEB pada hari ini. Sesuai dengan prinsip ‘Syariah untuk Semua’ perusahaan, kami percaya, asuransi jiwa Syariah dapat diterima oleh seluruh masyarakat Indonesia dan mampu menjawab kebutuhan mereka yang beragam dan terus berkembang dari waktu ke waktu,” tutup Luskito.

|                       |                                                                                                                                                                                                                                             |
|-----------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Judul</b>          | Pentingnya Literasi Asuransi Jiwa Syariah Bagi Perempuan Indonesia                                                                                                                                                                          |
| <b>Nama Media</b>     | Jawapos.com                                                                                                                                                                                                                                 |
| <b>Newstrend</b>      | Literasi Asuransi Jiwa Syariah Prudential Indonesia                                                                                                                                                                                         |
| <b>Halaman/URL</b>    | <a href="https://www.jawapos.com/ekonomi/28/10/2021/pentingnya-literasi-asuransi-jiwa-syariah-bagi-perempuan-indonesia/">https://www.jawapos.com/ekonomi/28/10/2021/pentingnya-literasi-asuransi-jiwa-syariah-bagi-perempuan-indonesia/</a> |
| <b>Tanggal Berita</b> | 2021-10-28                                                                                                                                                                                                                                  |
| <b>Sentimen</b>       | Netral                                                                                                                                                                                                                                      |

Home > Ekonomi

## Pentingnya Literasi Asuransi Jiwa Syariah Bagi Perempuan Indonesia

BERKONOMI 28 Oktober 2021, 14:10:17 WIB



Budapest asuransi dalam keluarga (Salman Topy/DJawa Pos)

### BERITA MENARIK LAINNYA



**JawaPos.com** – Literasi keuangan dan asuransi jiwa Syariah adalah hal yang harus diketahui masyarakat, khususnya ibu rumah tangga. Hal ini menjadi penting untuk mengatur finansial rumah tangga dan mempelajari cara yang paling sesuai untuk mengelola arus kas, mengatur alokasi pendapatan, dan perlindungan asuransi berbasis Syariah keluarga.

Melalui acara bertajuk ‘Membangun keluarga yang tangguh secara finansial melalui asuransi jiwa Syariah’, perusahaan asuransi Prudential Indonesia mengadakan *workshop* guna memaparkan seluk beluk serta manfaat asuransi jiwa Syariah sebagai pilihan proteksi keluarga Indonesia. Chief Marketing and Communications Officer Prudential Indonesia Luskito Hambali dalam keterangannya mengatakan bahwa pemahaman masyarakat Indonesia mengenai keuangan maupun asuransi masih rendah.

“Menurut data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) 2019, indeks literasi keuangan baru mencapai 38,03 persen. Bila diinci berdasarkan jenis kelamin, tingkat literasi keuangan laki-laki sebesar 39,04 persen, sedangkan perempuan hanya sebesar 6,13 persen. Meskipun kecil, tetapi masih ada jarak antara perempuan dan laki-laki,” kata Luskito.

#### Baca juga:

**Slair Balita Stunting, Camat-Camat di Surabaya Bentuk Timsue**

Padahal, menurut Luskito, perempuan memiliki peran yang sangat penting dalam rumah tangga dalam mewujudkan keluarga yang tangguh secara finansial.

Sebesar 85 persen aktivitas belanja keluarga, seperti belanja bulanan dan keputusan pembelian kebutuhan keluarga lainnya, diatur oleh seorang istri atau ibu di rumah. Namun, 50 persen istri atau ibu tidak merasa yakin terhadap keputusan finansial yang mereka ambil.

Sementara, 62 persen menyatakan kebingungan saat harus mengarahkan rencana finansial jangka panjang keluarga dan mereka membutuhkan bantuan informasi yang sesuai dengan profil keluarga mereka untuk dapat mengambil keputusan finansial yang tepat.

#### Baca juga:

**Kemenkeu Rencanakan Bangun Rumah Sakit OJK di Lokasi RSLI**

“Kami memiliki komitmen jangka panjang untuk meningkatkan literasi terkait asuransi jiwa Syariah masyarakat, termasuk perempuan, melalui berbagai macam inisiatif. Dengan meningkatnya kemampuan masyarakat dalam mengelola keuangan mereka dengan baik, maka hal ini akan berdampak kesejahteraan mereka, sehingga mereka dapat menikmati yang terbaik dalam hidup,” tambah Luskito.

Luskito melanjutkan, pihaknya akan terus mendorong peningkatan literasi asuransi jiwa Syariah di Indonesia melalui lebih banyak kolaborasi strategis. “Kami percaya asuransi jiwa Syariah dapat diterima oleh seluruh masyarakat Indonesia dan mampu menjawab kebutuhan mereka yang beragam dan terus berkembang dari waktu ke waktu,” katanya Luskito.

Sementara itu, *financial advisor* Aliyeh Nalasya yang menjadi pembicara dalam *workshop* tersebut mengatakan bahwa seorang ibu memiliki peran sebagai *Chief Financial Officer* keluarga.

#### Baca juga:

**Kuartal III, Bank DKI Catatkan Laba Bersih Rp 504 Miliar**

“Untuk itu setiap perempuan harus memiliki literasi keuangan yang baik. Prinsip dasar membangun keuangan keluarga yang sehat adalah memiliki sistem kelola finansial yang disesuaikan khusus dengan kondisi keluarga kita. Penting bagi kita untuk dapat menilai kemampuan finansial keluarga dan melakukan pengelolaan dasar finansial dengan komitmen kuat, serta memiliki asuransi sebagai proteksi jangka panjang,” ujar Aliyeh.

|                       |                                                                                                                                                                                                                                               |
|-----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Judul</b>          | Pentingnya Literasi Asuransi Jiwa Syariah Bagi Perempuan Indonesia                                                                                                                                                                            |
| <b>Nama Media</b>     | Nova.grid.id                                                                                                                                                                                                                                  |
| <b>Newstrend</b>      | Literasi Asuransi Jiwa Syariah Prudential Indonesia                                                                                                                                                                                           |
| <b>Halaman/URL</b>    | <a href="https://nova.grid.id/read/052964969/pentingnya-literasi-asuransi-jiwa-syariah-bagi-perempuan-indonesia?page=all">https://nova.grid.id/read/052964969/pentingnya-literasi-asuransi-jiwa-syariah-bagi-perempuan-indonesia?page=all</a> |
| <b>Tanggal Berita</b> | 2021-10-28                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>Sentimen</b>       | Netral                                                                                                                                                                                                                                        |

## Pentingnya Literasi Asuransi Jiwa Syariah Bagi Perempuan Indonesia

Dionysia Mayang Rintani - Kamis, 28 Oktober 2021 | 18:27 WIB



Pentingnya Literasi Asuransi Jiwa Syariah Bagi Perempuan Indonesia



### Asuransi Jiwa Seumur Hidup



**NOVA.id** - Mengatur finansial rumah tangga dan mengelola cashflow, mengatur alokasi pendapatan, dan perlindungan asuransi berbasis syariah keluarga, merupakan wawasan yang kini perlu kita miliki sebagai perempuan, termasuk bagi para ibu rumah tangga.

Untuk itu, PT Prudential Life Assurance (Prudential Indonesia) mengadakan workshop perencanaan finansial untuk meningkatkan literasi keuangan dan asuransi jiwa Syariah bagi masyarakat Indonesia.

Workshop yang dilaksanakan pada Selasa, (26/10) dan digelar dalam rangka peringatan Bulan Inklusi Keuangan 2021 ini dihadiri oleh Kumpulan Emak Blogger (KEB) secara virtual.

**Baca Juga:**  
[Ajak Masyarakat Melek Keuangan, Allianz Indonesia dan NOVA Berpartisipasi dalam FinExpo BIK 2021](#)

Melalui acara bertajuk Membangun keluarga yang tangguh secara finansial melalui asuransi jiwa Syariah ini, Prudential Indonesia juga memaparkan lebih lanjut mengenai seluk beluk serta manfaat asuransi jiwa Syariah, sebagai pilihan proteksi keluarga Indonesia.

Luskito Hambali, Chief Marketing and Communications Officer Prudential Indonesia menjelaskan, "Pemahaman masyarakat Indonesia mengenai keuangan maupun asuransi masih rendah."

Menurut data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) 2019, indeks literasi keuangan baru mencapai 38,03%.

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

Bila dirinci berdasarkan jenis kelamin, tingkat literasi keuangan laki-laki sebesar 39,94%, sedangkan perempuan hanya sebesar 36,13%.

Meskipun kecil, tetapi masih ada jarak antara perempuan dan laki-laki.

"Padahal perempuan memiliki peran yang sangat penting, khususnya dalam rumah tangga, untuk mewujudkan keluarga yang tangguh secara finansial."

**Baca Juga:** [Fitur Wakaf pada Asuransi Syariah Penuhi Kebutuhan Masyarakat](#)  
Sebesar 85% aktivitas belanja keluarga, seperti belanja bulanan dan keputusan pembelian kebutuhan keluarga lainnya, diatur oleh seorang istri atau ibu di rumah.

Namun, sebesar 50% istri atau ibu tersebut tidak merasa yakin terhadap keputusan finansial yang mereka ambil dan 62% menyatakan kebingungan saat harus mengarahkan rencana finansial jangka panjang keluarga dan mereka membutuhkan bantuan informasi yang sesuai dengan profil keluarga mereka untuk dapat mengambil keputusan finansial yang tepat.

"Kami memiliki komitmen jangka panjang untuk meningkatkan literasi terkait asuransi jiwa Syariah masyarakat, termasuk perempuan, melalui berbagai macam inisiatif," jelas Luskito.

**Baca Juga:**  
[OVO dan Prudential Indonesia Luncurkan Asuransi Jiwa Kumpulan Syariah](#)  
"Dengan meningkatnya kemampuan masyarakat dalam mengelola keuangan mereka dengan baik, maka hal ini akan berdampak kesejahteraan mereka, sehingga mereka dapat menikmati yang terbaik dalam hidup."

Kumpulan Emak Blogger menyampaikan menyambut baik inisiatif Prudential Indonesia untuk mendorong kemampuan literasi keuangan perempuan Indonesia melalui pendekatan yang mudah dipahami dan diimplementasikan sesuai dengan kondisi keuangan rumah tangga yang beragam.

Ely Nurul, Ketua Kumpulan Emak Blogger (KEB), menyampaikan, "Di KEB, kami menjalankan komunitas yang saling mendukung satu sama lain melalui pendekatan berbagi pengalaman dan belajar bersama."

"Berdasarkan survei internal yang kami adakan beberapa waktu lalu, kami melihat kebutuhan para perempuan di komunitas kami untuk memahami dengan baik konsep dasar alokasi dana rumah tangga dan pentingnya proteksi asuransi jiwa dan Kesehatan bagi keluarga," ungkapnya.

Untuk itu, KEB sangat mengapresiasi inisiatif Prudential Indonesia untuk memberikan edukasi dan membantu para perempuan Indonesia, terutama para ibu rumah tangga, mengelola keuangan keluarga.

"Sehingga, komunitas kami juga memiliki pemahaman yang lebih baik terkait manfaat dan keunikan asuransi jiwa Syariah."

**Baca Juga:**

**Tips Pertahankan Bisnis di Masa Pandemi dengan Ekonomi Syariah**

Aliyah Natasya, Financial Advisor, salah satu pembicara dalam kegiatan ini mengatakan, "Seorang ibu, sebagai chief financial officer keluarga memiliki peran penting dalam mengelola keuangan rumah tangga."

Untuk itu setiap perempuan harus memiliki literasi keuangan yang baik.

Prinsip dasar membangun keuangan keluarga yang sehat adalah memiliki sistem kelola finansial yang disesuaikan khusus dengan kondisi keluarga kita.

"Untuk itu, penting bagi kita untuk dapat menilai kemampuan finansial keluarga dan melakukan pengelolaan dasar finansial dengan komitmen kuat, serta memiliki asuransi sebagai proteksi jangka panjang," ujar Aliyah.

**Baca Juga:**

**Fokus Ekonomi Syariah, AASI Gelar Ajang Penghargaan untuk Agen Asuransi**

Asuransi jiwa Syariah merupakan salah satu solusi perlindungan Prudential Indonesia yang tersedia sebagai pilihan bagi nasabah dan manifestasi dari komitmen Prudential Indonesia yang secara konsisten meningkatkan akses bagi masyarakat Indonesia untuk memperoleh perlindungan berbasis Syariah.

"Prudential Indonesia akan terus mendorong peningkatan literasi asuransi jiwa Syariah di Indonesia, melalui lebih banyak kolaborasi strategis, seperti dengan KEB pada hari ini," jelas Luskito.

Sesuai dengan prinsip perusahaan yaitu syariah untuk semua, kami percaya, asuransi jiwa Syariah dapat diterima oleh seluruh masyarakat Indonesia dan mampu menjawab kebutuhan mereka yang beragam dan terus berkembang dari waktu ke waktu," tutup Luskito.

Dapatkan pembahasan yang lebih lengkap dan mendalam di Tabloid NOVA.

Yuk, langsung langganan bebas repot di [Grid Store](#).(\*)

|                       |                                                                                                                                                                                                                                             |
|-----------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Judul</b>          | Prudential dorong peningkatan literasi asuransi jiwa syariah bagi perempuan                                                                                                                                                                 |
| <b>Nama Media</b>     | Kontan.co.id                                                                                                                                                                                                                                |
| <b>Newstrend</b>      | Literasi Asuransi Jiwa Syariah Prudential Indonesia                                                                                                                                                                                         |
| <b>Halaman/URL</b>    | <a href="https://keuangan.kontan.co.id/news/prudential-dorong-peningkatan-literasi-asuransi-jiwa-syariah-bagi-perempuan">https://keuangan.kontan.co.id/news/prudential-dorong-peningkatan-literasi-asuransi-jiwa-syariah-bagi-perempuan</a> |
| <b>Tanggal Berita</b> | 2021-10-28                                                                                                                                                                                                                                  |
| <b>Sentimen</b>       | Netral                                                                                                                                                                                                                                      |

## Prudential dorong peningkatan literasi asuransi jiwa syariah bagi perempuan

Kamis, 28 Oktober 2021 / 21:05 WIB



ILLUSTRASI: Nasabah menerima layanan asuransi Prudential di Jakarta, Rabu (17/2). KONTAN/Chespy A. Muchlis/07/02/2018



Reporter: **Tendi Mahadi** | Editor: **Tendi Mahadi**

**KONTAN.CO.ID - JAKARTA.** PT Prudential Life Assurance (Prudential Indonesia) mengadakan workshop perencanaan finansial untuk meningkatkan literasi keuangan dan asuransi jiwa Syariah bagi masyarakat Indonesia, khususnya ibu rumah tangga untuk memperoleh pengetahuan dalam mengatur finansial rumah tangga dan mempelajari cara yang paling sesuai untuk mengelola arus kas (*cash flow*), mengatur alokasi pendapatan dan perlindungan asuransi berbasis Syariah keluarga.

Melalui acara bertajuk "Memangun keluarga yang tangguh secara finansial melalui asuransi jiwa Syariah" ini, Prudential Indonesia juga memaparkan lebih lanjut mengenai seluk beluk serta manfaat asuransi jiwa Syariah, sebagai pilihan proteksi keluarga Indonesia.



Luskiye Hambali, *Chief Marketing and Communications Officer* Prudential Indonesia menyebut pemahaman masyarakat Indonesia mengenai keuangan maupun asuransi masih rendah. Menurut data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) 2019, indeks literasi keuangan baru mencapai 38,03%. Bila dilihat berdasarkan jenis kelamin, tingkat literasi keuangan laki-laki sebesar 39,94%, sedangkan perempuan hanya sebesar 36,13%.

"Meskipun kecil, tetapi masih ada jarak antara perempuan dan laki-laki. Padahal perempuan memiliki peran yang sangat penting, khususnya dalam rumah tangga, untuk mewujudkan keluarga yang tangguh secara finansial," kata dia dalam keterangannya, Kamis (28/10).

Baca Juga: **Hingga kuartal III, BRI Insurance catatkan peningkatan premi hingga 17%**

Sebesar 85% aktivitas belanja keluarga, seperti belanja bulanan dan keputusan pembelian kebutuhan keluarga lainnya, diatur oleh seorang istri atau ibu di rumah.

Namun, sebesar 50% istri atau ibu tersebut tidak merasa yakin terhadap keputusan finansial yang mereka ambil dan 62% menyatakan kebingungan saat harus mengarahkan rencana finansial jangka panjang keluarga dan mereka membutuhkan bantuan informasi yang sesuai dengan profil keluarga mereka untuk dapat mengambil keputusan finansial yang tepat.

"Kami memiliki komitmen jangka panjang untuk meningkatkan literasi terkait asuransi jiwa Syariah masyarakat, termasuk perempuan, melalui berbagai macam inisiatif," paparnya.

Kumpulan Emak Blogger menyampaikan menyambut baik inisiatif Prudential Indonesia untuk mendorong kemampuan literasi keuangan perempuan Indonesia melalui pendekatan yang mudah dipahami dan diimplementasikan sesuai dengan kondisi keuangan rumah tangga yang beragam.

Ely Nurul, Ketua Kumpulan Emak Blogger (KEB), menyampaikan di KEB, pihaknya menjalankan komunitas yang saling mendukung satu sama lain melalui pendekatan berbagi pengalaman dan belajar bersama.

Baca Juga: **Allianz Life Life hadirkan produk Unitlink bagi nasabah Maybank dan BTPN**

Berdasarkan survei internal yang kami adakan beberapa waktu lalu, kami melihat kebutuhan para perempuan di komunitas kami untuk memahami dengan baik konsep dasar alokasi dana rumah tangga dan pentingnya proteksi asuransi jiwa dan kesehatan bagi keluarga," ujar dia.

Alyiah Natasya, Financial Advisor, salah satu pembicara dalam kegiatan ini mengatakan seorang ibu memiliki peran penting dalam mengelola keuangan rumah tangga.

"Untuk itu setiap perempuan harus memiliki literasi keuangan yang baik. Prinsip dasar membangun keuangan keluarga yang sehat adalah memiliki sistem kelola finansial yang disesuaikan khusus dengan kondisi keluarga," paparnya.

|                       |                                                        |
|-----------------------|--------------------------------------------------------|
| <b>Judul</b>          | OVO Dan PRUDENTIAL INDONESIA Ajak Proteksi Pendapatan  |
| <b>Nama Media</b>     | Waspada                                                |
| <b>Newstrend</b>      | Produk Asuransi Kesehatan Digital Prudential Indonesia |
| <b>Halaman/URL</b>    | A5                                                     |
| <b>Tanggal Berita</b> | 2021-10-28                                             |
| <b>Sentimen</b>       | Netral                                                 |

## OVO Dan Prudential Indonesia Ajak Proteksi Pendapatan

JAKARTA (Waspada) : Berdasarkan studi Global Burden of Cancer Study (Globocan) pada tahun 2018 dan 2020, angka kejadian kanker di Indonesia terus meningkat dari tahun ke tahun, baik dari angka kasus baru maupun kematian akibat kanker.

Sementara BPJS kesehatan pada tahun 2020 mencatat 2,5 juta kasus penanganan kanker di Tanah Air dengan menghabiskan biaya pengobatan hingga Rp 3,5 triliun. Ini belum memperhitungkan biaya hidup sehari-hari yang sulit dipenuhi jika pasien tidak dapat bekerja saat menjalani perawatan. Setali tiga uang, menurut data Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) tahun 2020, penyakit kritis seperti stroke dan jantung pun merupakan penyebab kematian terbanyak di dunia di antara penyakit tidak menular.

Melihat besarnya dampak penderita penyakit kanker dan kritis pada sektor ekonomi dan sosial, OVO dan PT Prudential Life Assurance (Prudential Indonesia) memperkenalkan PRUTect Care - Cancer & PRUTect Care - Critical Illness, yaitu produk asuransi jiwa kumpulan Syariah berbasis digital terjangkau yang memberikan perlindungan santunan harian tambahan untuk penyakit kanker dan penyakit kritis bagi masyarakat Indonesia yang belum memiliki riwayat penyakit tersebut sebelumnya. Produk ini tersedia di aplikasi OVO yang disediakan oleh Prudential Indonesia melalui pialang asuransi digital berlisensi penuh, PT Salvus Inti.

Harumi Supit, Head of Corporate Communications OVO mengungkapkan, "Di tahun 2021, OVO melakukan studi yang memperlihatkan rendahnya pemahaman masyarakat akan pentingnya perlindungan pendapatan pada penyakit kritis dan kanker. Biaya hidup sehari-hari masih perlu dipenuhi, sementara biaya pengobatan penyakit kritis dan kanker sendiri di Indonesia terbilang sangat mahal. Memahami dampak yang besar di sektor ekonomi, OVO berkomitmen untuk terus melengkapi beragam layanan proteksi agar dapat meringankan beban penderita kanker dan penyakit kritis."

"Setelah meluncurkan produk asuransi jiwa Syariah berbasis digital PRUTect Care - Hospital Cash pada April 2021 lalu, hari ini OVO memperkenalkan PRUTect Care - Cancer & PRUTect Care - Critical Illness, yang merupakan perlindungan tambahan berupa proteksi pendapatan yang mudah diakses, aman dan lebih terjangkau untuk penyakit kanker dan penyakit kritis. Pemegang polis hanya perlu membayar Kontribusi sebesar Rp41.000 untuk 6 bulan untuk PRUTect Care - Cancer dan Rp36.000 untuk 6 bulan untuk PRUTect Care - Critical Illness," tambah Harumi.

Masyarakat yang ingin memulai perlindungan kanker dan penyakit kritis dengan tidak memiliki riwayat sebelumnya, dapat melakukan registrasi dengan cepat dan mudah secara online melalui aplikasi OVO. Tidak hanya itu, masyarakat juga dapat dengan mudah melakukan klaim yang dilakukan online melalui aplikasi Pulse dari Prudential.

|                       |                                                                                                                                                                                                                       |
|-----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Judul</b>          | Allianz Life Indonesia Hadirkan Unit Link untuk Segmen Upper Mass Affluent                                                                                                                                            |
| <b>Nama Media</b>     | Marketing.co.id                                                                                                                                                                                                       |
| <b>Newstrend</b>      | Produk Bancassurance Allianz Life Indonesia                                                                                                                                                                           |
| <b>Halaman/URL</b>    | <a href="https://marketing.co.id/allianz-life-indonesia-hadirkan-unit-link-untuk-segmen-upper-mass-affluent/">https://marketing.co.id/allianz-life-indonesia-hadirkan-unit-link-untuk-segmen-upper-mass-affluent/</a> |
| <b>Tanggal Berita</b> | 2021-10-28                                                                                                                                                                                                            |
| <b>Sentimen</b>       | Netral                                                                                                                                                                                                                |

## Allianz Life Indonesia Hadirkan Unit Link untuk Segmen Upper Mass Affluent

By Tony Burhanudin

Posted on 28 October 2021



**Marketing.co.id – Berita Financial Services** | Dalam survei yang dilakukan pada lebih dari 2.700 nasabah Allianz Life Indonesia dari segmen kelas menengah, terungkap beberapa hal yang mereka khawatirkan. Kekawatiran 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 mempersiapkan *legacy* bagi anak atau pasangan mereka.

**Baca juga: Menikmati Manfaat Asuransi Jiwa Syariah Sekaligus Berwakaf**

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



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

"Kami berkomitmen untuk menghadirkan solusi perlindungan asuransi yang sesuai dengan kebutuhan nasabah mitra perbankan, sertadapat memberikan manfaat jangka panjang, terutama yang dapat memberikan proteksi yang baik serta untuk tujuan perencanaan transfer asset 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," jelas Bianto Surodjo, Direktur & Chief of Partnership Distribution Officer Allianz Life Indonesia.

**Baca juga: Saat Ekonomi Sulit, Chubb Life Indonesia Malah Luncurkan Asuransi Perlindungan Hari Tua**

Produk ini diklaim 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 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.

|                       |                                                                                                                                                                                                                                                       |
|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Judul</b>          | Allianz Indonesia dan NOVA Berpartisipasi dalam FinExpo BIK 2021                                                                                                                                                                                      |
| <b>Nama Media</b>     | Kompas.com                                                                                                                                                                                                                                            |
| <b>Newstrend</b>      | FinExpo BIK 2021 Allianz Indonesia                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>Halaman/URL</b>    | <a href="https://money.kompas.com/read/2021/10/28/180005926/allianz-indonesia-dan-nova-berpartisipasi-dalam-finexpo-bik-2021">https://money.kompas.com/read/2021/10/28/180005926/allianz-indonesia-dan-nova-berpartisipasi-dalam-finexpo-bik-2021</a> |
| <b>Tanggal Berita</b> | 2021-10-28                                                                                                                                                                                                                                            |
| <b>Sentimen</b>       | Netral                                                                                                                                                                                                                                                |

Home / Money / Baku

## Allianz Indonesia dan NOVA Berpartisipasi dalam FinExpo BIK 2021

Kompas.com - 28/10/2021, 18:00 WIB

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



Profil: [Allianz](#) [Nova](#) yang ini [kompetensi](#) [keuangan](#) [kehidupan](#) [investasi](#) [gaji](#) [dana](#) [biaya](#) [kpr](#)

**Penulis: Dita Celiana | Editor: Yogi Sukarna**

**JAKARTA, KOMPAS.com** - Allianz Indonesia bekerja sama dengan NOVA kembali berpartisipasi dalam penyelenggaraan FinExpo yang dimulai sejak 30 September - 6 November 2021.

Terdapat 5 kegiatan dalam rangkaian acara FinExpo BIK 2021 yaitu pertama Kurah WhatsApp (kurah) untuk komunitas dengan tema Uang Baku Bulanan untuk Biaya Bulanan, yang diadakan sebanyak 5 kali mulai 30 September - 6 November 2021.

Kegiatan yang digelar dalam bentuk diskusi melalui grup WhatsApp ini menghadirkan Rista Zuestia CFF, Co-Head Advisory Finansialku.com dan beberapa perwakilan dari Allianz Indonesia sebagai narasumber.

Dalam kurah ini, Rista menjelaskan pentingnya memisahkan antara uang bisnis dan uang pribadi atau uang keluarga. Caranya adalah dengan membuat rekening terpisah untuk bisnis dan pribadi, membuat daftar pengeluaran yang juga terpisah, serta menerapkan sistem gaji untuk diri sendiri.

**Baca juga:** [Bright PLN Batam Bakal Ekspor Listrik ke Singapura](#)

Meskipun, hal itu perlu dikuatkan agar bisnis dapat terus berkembang dan kita dapat meraih tujuan keuangan yang sudah kita tentukan.

Selain itu, juga dibahas tentang pentingnya asuransi untuk bisnis demi kelangsungan usaha. Seperti produk asuransi bisnis Allianz UsahaKafu, yang memberi proteksi pengembangan bisnis yang dirintis sejak awal dari segala risiko musibah, seperti kebakaran dan bencana alam.

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

"Tetap lakukan pengelolaan keuangan yang baik, yang mencakup perencanaan, membuat pencatatan, mengatur ulang yang keluar dengan efisien, termasuk merencanakan masa depan dengan proteksi untuk bisnis. Kalau ini sudah jalan, bisnis aman, keuangan keluarga sejahtera, hidup kita selangkah pun 'bertumbuh'." Ucap Rista dalam siaran persnya yang diterima Kompas.com, Kamis (28/10/2021).

Acara kedua yaitu talkshow yang bertema Semua akan Penutup pada Wartanya - Banyak Investasi Dahaga Nanti.

Pada talkshow ini hadir Brian Surodjo, Chief of Partnership Distribution Officer Allianz Life Indonesia, Tetus Utami OTHK Nur Hasan, dan Growth Finance Consultant Jonathan End, sebagai narasumber.

**Baca juga:** [Harga Properti Diprediksi Masih Stabil hingga 2 Tahun ke Depan](#)

Pada acara ini dibahas tentang pentingnya menyiapkan dana pensiun sejak dini. Menanggapi dana pensiun lebih baik dilakukan secepatnya, agar tujuan perencanaan pensiun bisa tercapai.

"Yang penting mulai dulu. Jangan mikir saya masih muda, umur baru 30-an, jadi nanti saya bisa pensiun karena masih jauh. Mulai saja dulu, mulai merencanakan untuk pensiun, sambil terus mendapatkan informasi mengenai kebutuhan biaya yang tepat," kata Brian Surodjo, Chief of Partnership Distribution Officer Allianz Life Indonesia.

Acara yang ketiga adalah talkshow yang bertema Kunci Bisnis Sehat Kini dan Nanti. Talkshow ini diselenggarakan pada Senin, 25 Oktober 2021.

Pada kesempatan itu dibahas mengenai bisnis yang berkelanjutan dan pentingnya asuransi sebagai proteksi dalam menjaga kelangsungan bisnis.

"Bisnis yang sehat artinya bisnis yang berkelanjutan. Artinya tidak cuma mengejar keuntungan hari ini atau jangka pendek, tapi juga kita pikirkan ke depannya nanti. Bisnis kita seperti apa dan kita mampu menciptakan pertumbuhan ekonomi bagi masyarakat di sekitar kita dan juga kesejahteraan dengan kondisi sosial dan lingkungan hidup," kata Head of Government Relation and Corporate Secretary Allianz Life Indonesia, Fitri Estwardani yang juga menjadi salah satu narasumber.

**Baca juga:** [Lima Platform Isi Produk Lokal Bisa Mendunia](#)

Acara yang keempat adalah talkshow yang bertema Mempertajam Hati Waris Sebagai Bagian dari Perencanaan Keuangan. Talkshow ini berlangsung pada Selasa, 26 Oktober 2021.

Talkshow ini menghadirkan Horas Tahiroran, Direktur Literasi dan Edukasi Keuangan OJK yang memberikan kata sambutan.

Terakhir, ada talkshow bertajuk Asuransi Syariah - Finansial Aman, Hidup Lebih Tenang, yang diselenggarakan pada Kamis, 28 Oktober, pukul 15.00 WIB.

Talkshow ini menghadirkan CEO Hipid Indonesia Utat Wilayanto dan Pimpinan Unit Usaha Syariah Allianz Life Indonesia, Yoga Prasetyo.

Pada kesempatan ini dibahas mengenai bagaimana Islam memandang pentingnya perencanaan keuangan. Termasuk pembahasan mengenai peran penting asuransi syariah dalam perencanaan keuangan, baik untuk keluarga maupun bisnis, serta menggunakan produk asuransi syariah Allianz, yaitu Allianz AMAN.

Selain 5 rangkaian acara tersebut, masih ada juga acara-acara lainnya yang ikut memeriahkan bulan Literasi Keuangan ini.

Salah satunya Instagram Live bertajuk Lindungi Bisnis dari Kebangkrutan yang berlangsung pada Senin, 18 Oktober lalu.

Instagram Live ini menghadirkan Pia Maria Suyadi, West Java & Sumatera Branch Manager Allianz Utama Indonesia sebagai narasumber.

Dalam Instagram Live tersebut, Pia menjelaskan tentang kiat-kiat agar usaha yang kita jalankan tak bengkak serta pengelolaan risiko yang ada di dalam bisnis itu sendiri.



**TERPOPULER**

- 1 Tarif Terbaru Tes PCR Ta Berhenti Lagi Rumah-Tan Doat Samudra Pemerika (Ditawar 53.023 kali)
- 2 Daftar Bank yang Akan Turunkan Biaya Transfer Rp 2.500 (Ditawar 4.021 kali)
- 3 Garuda Berhenti Dirutiny Liburan Keluarga ke AS & Pasifik Barat (Ditawar 3.268 kali)
- 4 Antri Penghut, Bodei & Dignifikasi Petita ke NABR Pertama (Ditawar 3.000 kali)
- 5 In Respons BBI Soal Pengeluaran Kantor C & D (Ditawar 2.702 kali)

**sonora.id**

Cara Diet Ampuh Ali Zaidi Aman Digut Melek Lanyut URB

Bantuan Dho Hari 1 October 2021, ini 31 yang Beruntung!

Kunjungi kanal kanal Sonora.id

Michael Penghut Tipe Baku R

**NOW TRENDING**



|                       |                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Judul</b>          | Hari Sumpah Pemuda, Kematangan Finansial Masih Jadi Tantangan Bagi Generasi Muda                                                                                                                                                                                        |
| <b>Nama Media</b>     | Tribunnews.com                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <b>Newstrend</b>      | Literasi Keuangan & Asuransi Allianz Indonesia                                                                                                                                                                                                                          |
| <b>Halaman/URL</b>    | <a href="https://www.tribunnews.com/bisnis/2021/10/28/hari-sumpah-pemuda-kematangan-finansial-masih-jadi-tantangan-bagi-generasi-muda">https://www.tribunnews.com/bisnis/2021/10/28/hari-sumpah-pemuda-kematangan-finansial-masih-jadi-tantangan-bagi-generasi-muda</a> |
| <b>Tanggal Berita</b> | 2021-10-28                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <b>Sentimen</b>       | Netral                                                                                                                                                                                                                                                                  |

## Hari Sumpah Pemuda, Kematangan Finansial Masih Jadi Tantangan Bagi Generasi Muda

Kamis, 28 Oktober 2021 23:01 WIB



LUTRASI



Laporan Wartawan Tribunnews.com, Reynas Abdila

TRIBUNNEWS.COM, JAKARTA - Di Hari Sumpah Pemuda, generasi muda dihadapkan pada perjuangan meraih kematangan dan kemerdekaan finansial.

Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mengungkapkan tingkat literasi keuangan dari anak muda usia 25-35 tahun adalah sebesar 35,5 persen, sedangkan untuk usia 18-25 tahun adalah sebesar 32,1 persen.



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.

Perencana keuangan dan CEO Finansialku.com Melvin Mumpuni menjelaskan manajemen risiko serta pengaturan cashflow yang baik sangat diperlukan.

Ia mengatakan finansial check-up menjadi hal pertama yang dapat dilakukan anak muda untuk mengetahui keadaan finansialnya sehingga dapat mengetahui langkah perencanaan keuangan yang harus diambil.

**Baca juga:** [Pria Mabuk di Kupang Buat Onar, Acungkan Sajam di Acara Lamaran, Tamu Undangan Ketakutan hingga Lari](#)

"Dalam usaha mencapai kemerdekaan finansial sejak muda dan menghindari jebakan sandwich generation, maka generasi muda perlu mempersiapkan perencanaan keuangan sedini mungkin," tuturnya tertulis, Kamis (28/10/2021).

Beberapa tahapan penting perlu diperhatikan oleh generasi muda yaitu dimulai dengan memenuhi kebutuhan dasar kemudian kebutuhan perlindungan/proteksi serta dana darurat.

**Iklan untuk Anda: Ulang tahun ke -110 mendirikan ROLEX - Diskon 90%**

Head of Investment Communication & Fund Development Allianz Life Indonesia Meta Lekhsmi Permata Dewi mengatakan, 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," ulasnya.

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," pungkasnya.

|                       |                                                     |
|-----------------------|-----------------------------------------------------|
| <b>Judul</b>          | Kesalahan Finansial Yang Sering Dilakukan Anak Muda |
| <b>Nama Media</b>     | Tribun Sumsel                                       |
| <b>Newstrend</b>      | Literasi Keuangan & Asuransi Allianz Indonesia      |
| <b>Halaman/URL</b>    | 2                                                   |
| <b>Tanggal Berita</b> | 2021-10-28                                          |
| <b>Sentimen</b>       | Netral                                              |

## Kesalahan Finansial yang Sering Dilakukan Anak Muda

JAKARTA, TRIBUN – 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 setelahunya.

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

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 Lakhsmi 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." (Ant)

|                       |                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|-----------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Judul</b>          | Mengenal Lebih Dekat Soal Asuransi Syariah, Finansial Aman dan Hidup Lebih Tenang                                                                                                                                                                                         |
| <b>Nama Media</b>     | Nova.grid.id                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <b>Newstrend</b>      | Produk Asuransi Syariah Allisya AMAN Allianz Life Indonesia                                                                                                                                                                                                               |
| <b>Halaman/URL</b>    | <a href="https://nova.grid.id/read/052964829/mengenal-lebih-dekat-soal-asuransi-syariah-finansial-aman-dan-hidup-lebih-tenang?page=all">https://nova.grid.id/read/052964829/mengenal-lebih-dekat-soal-asuransi-syariah-finansial-aman-dan-hidup-lebih-tenang?page=all</a> |
| <b>Tanggal Berita</b> | 2021-10-28                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <b>Sentimen</b>       | Netral                                                                                                                                                                                                                                                                    |

HOME / KEUANGAN

**parapuan**™ Tumbuh bersama kekuatan ritmapi perempuan Indonesia

## Mengenal Lebih Dekat Soal Asuransi Syariah, Finansial Aman dan Hidup Lebih Tenang

Presi - Kamis, 28 Oktober 2021 | 19:57 WIB

**Asuransi Syariah Finansial AMAN, Hidup Lebih Tenang**

Yogo Prasetyo, Utat Widyanto, Djoang Lestari, Septo Andrian

**Autoclinik Diakui s/d 3 Juta**

**NOVA** - Sebuah NOVA, penting bagi kita untuk memulai perencanaan keuangan.

**RELX** - **ESSENTIAL BUNDLE** Rp 205.000

**Mulai lebih baik dengan RELX Essential!**

Setiap orang yang sudah memiliki penghasilan perlu memulai perencanaan keuangan, tidak terbatas pada yang sudah berkeluarga saja. Hal itu dilakukan demi mewujudkan tujuan keuangan, baik itu yang jangka pendek, menengah, atau panjang.

**Baca Juga**  
**Pentingnya Literasi Asuransi Jawa Syariah Bagi Perempuan Indonesia**  
 Salah satu bagian dari perencanaan keuangan yang bisa kita lakukan adalah dengan memiliki asuransi.  
 Dengan asuransi, kita bisa melindungi atau meminimalkan risiko finansial di masa depan sehingga tujuan keuangan kita terwujud.  
 Saat ini, terdapat berbagai jenis asuransi yang bisa kita pilih, salah satunya adalah asuransi syariah.

**Baca Juga**  
**Ajak Masyarakat Malek Keuangan, Allianz Indonesia dan NOVA Berpartisipasi dalam FinExpo BRK 2021**  
 Berbasis dengan asuransi konvensional, asuransi syariah ini menggunakan konsep tabung menabung di antara peserta.  
 Asuransi syariah bisa menjadi solusi untuk proteksi finansial diri dan keluarga, sekaligus juga membantu memberikan proteksi finansial kepada peserta lain.  
 Manajemen Unit Usaha Syariah Allianz Life Indonesia, Yogo Prasetyo mengatakan, asuransi syariah menawarkan perlindungan asuransi sebagai pengganti dana yang bisa dimiliki.  
**Baca Juga**  
**Rencanakan Keuangan dengan Menetapkan Harta Waris Bersama Asuransi Syariah Allianz**  
 "Kalau berasuransi syariah, saya menyatakan harta yang dikumpulkan dalam satu dana kumulatif yang suatu saat nanti ini dipakai oleh orang lain yang belum ada di dunia. Nah, pengumpulannya dilakukan pada perusahaan asuransi," jelas Yogo dalam Talkshow Asuransi Syariah - Finansial Aman, Hidup Lebih Tenang pada Kamis (28/10) sore.  
 "Tidak ada riba, tidak ada gharar karena tidak bertransaksi pada debit, dan tidak ada mayar karena peserta/pemegang polis memperoleh klaim jika meninggal, atau terdapat biaya untuk perawatan," tambahnya.  
 Yogo menyebut ada dua keuntungan yang bisa kita dapatkan jika berasuransi syariah, yaitu keuntungan sendiri dan modal.  
**Baca Juga**  
**Semua akan Pensiun Pada Waktunya, Yuli Persepsi dengan DPLK**  
 Pada keuntungan sendiri, Yogo mengatakan bahwa kita akan mendapatkan keuntungan dan bersih karena menggunakan dana pada instrumen yang sudah terdiversifikasi.  
 Sementara itu, modal, Yogo mengatakan, keuntungan terdapat pada keuntungan produk asuransi syariah, di mana dana yang dikumpulkan bersama akan milik peserta dan tidak pernah menjadi milik perusahaan asuransi.  
 "Kalau dalam sedikit, saya bisa dibalikkan kepada pemerintah. Kalau dalam lebih besar, berarti defisit. Nah, di situ fungsinya perusahaan asuransi karena akan memberi pinjaman tanpa bunga, sampai ada uang lagi dari pemerintah," jelasnya.  
**Baca Juga**  
**Jadi Ibu Cendek Siap Jaga Kesehatan Anak Jelang Sekolah Tatap Muka, Bagini Caranya**  
 Dalam pandangan Islam, ulama Indonesia Utat Widyanto juga mengatakan bahwa asuransi yang berbasis tabung menabung ini merupakan alternatif dari tabung.  
 "Orang Islam dibangun atas keimanan, iman itu satu dari kata dengan aman, aman, amarah."

"Maka kaitannya dengan asuransi ini adalah memberikan kepastian/aman bagi orang lain, ini adalah jaminan aman. Karena iman itu berkaitan dengan aman, Islam menjaga supaya orang lain aman dari kelaparan, ketakutan, dan ancaman keaghastran." Jelas Ustad Wajayanto.

Ustad Wajayanto juga menyebut bahwa asuransi syariah merupakan lilitor dari seseorang untuk melindungi keluarga dari risiko finansial apabila di masa yang akan datang mengalami musibah.

**Baca juga:**  
**Mulai Hidup Berdampingan dengan Covid-19? Tetap Laksanakan 2 Hal Ini**  
"Tugas seorang suami itu melindungi, menafkahi, menjaga. Tugas ini bisa dijalankan kalau kita punya asuransi."

"Kalau ada sesuatu yang tidak pasti atau kecelakaan, maka kita punya jaminan untuk anak-anak, itu bagian dari tanggung jawab kita," ujarnya.  
Sebagai CEO Hijau Indonesia, Djajeng Lestari juga menyadari pentingnya memiliki asuransi, khususnya asuransi syariah.

**Baca juga:**  
**Bagaimana Cara Investasi Reksadana Syariah? Yuk, ikuti Langkah Berikut**  
"Asuransi syariah ini apalagi untuk masyarakat muslim ya ini bagus banget buat jadi solusi. Misalnya terjadi kebakaran di gudang, kalau kita nggak pakai asuransi, apa yang akan terjadi? Pasti akan berdampak pada bisnis kita," teras Djajeng.

Selain itu, Djajeng juga mengingatkan bahwa tak perlu takut untuk berasuransi syariah karena tidak ada riba.

"Dari segi nilainya pun berbeda. Kita nggak menjadi itikad juga, kita nggak kita melakukan sesuatu tapi bonusnya banyak banget. Berkahnya banyak," tambahnya.

Allianz memiliki produk asuransi syariah, yaitu Allianz AMAN.

**Baca juga:**  
**Investasi Syariah Didikam Lebih Minim Risiko, Benarkah? Simak Caranya**

tabloidnovaofficial @tabloidnovaofficial 85.7K followers

View Profile

Asuransi Syariah Finansial AMAN, Hidup Lebih Tenang

Ikut Live Q&A dengan 4 Tokoh Syariah

Yoga Pratomo CEO Allianz Syariah

Ustad Wajayanto Ustad Indonesia

Djajeng Lestari CEO Hijau Indonesia

Sigit Andrianto CEO Allianz Syariah

Live Q&A dengan 4 Tokoh Syariah

Ikut Live Q&A dengan 4 Tokoh Syariah

View More on Instagram

19 likes

tabloidnovaofficial

Melakukan perencanaan keuangan merupakan salah satu hal penting supaya masa depan keluarga tetap AMAN. Dalam hal ini, Asuransi Syariah bisa menjadi solusi untuk melindungi investasi dan harta keluarga. Nah, bagaimana cara memilih asuransi syariah yang tepat? Simak pembahasannya pada live Q&A dengan 4 Tokoh Syariah yang akan berlangsung pada hari Rabu tanggal 23 September 2021.

Yuk, Sahabat Allianz & NOVA simak pembahasan mengenai Asuransi Syariah bersama Allianz - Finansial Aman, Hidup Lebih Tenang, bersama dengan:

1. Yoga Pratomo (Pemimpin Unit Usaha Syariah Allianz Life Indonesia)
2. Ustad Wajayanto (Ustad Indonesia)
3. Djajeng Lestari (CEO Hijau Indonesia)

Dipandu oleh Sigit Andrianto

Live Melalui Platform:

YouTube: Allianz

Salay Instagram: Novas, hijauhidup, cordus, naksita dan Kompas.com

Tanggal dan Waktu:

Kamis, 23 September 2021

Pukul: 19.00 - 19.30 WIB

Sahabat Allianz & NOVA bisa menyekalkannya secara gratis dan dapatkan hadiah Voucher Gosip senilai ribuan ribu rupiah melalui Allianz Smart Point.

Yuk ikuti live dan dapatkan dan segun di air @tabloidnova

Info lebih lengkap bisa hubungi Ayo! 085-8497 9427

#Allianz #AllianzIndonesia #AllianzSyariah #AllianzAMAN #BerencanaAndalantentu #Instagram2021 #RokRok #Indonesia #tabloidnova

Add a comment...



Yoga mengatakan, Allianz AMAN ini masuk ke dalam kategori asuransi jiwa yang memberikan santunan apabila peserta mengalami risiko meninggal dunia.

Untuk diketahui, talkshow *Asuransi Syariah - Finansial Aman, Hidup Lebih Tenang* ini merupakan salah satu acara dalam Financial Expo (FinExpo) ROK 2021.

FinExpo ROK 2021 ini adalah kerja sama yang dilakukan Allianz Indonesia melalui Yayasan Allianz Peduli bersama dengan NOVA. Sebelumnya, sudah terlaksana 4 acara lainnya sebagai bagian dari FinExpo DKI 2021, yang berbentuk kuliah WhatsApp (kuhwap) dan talkshow melalui Zoom.

**Baca juga:**  
**Makin Populer, Ini Cara Investasi Syariah yang Cocok untuk Pemula**  
Dapatkan pembahasan yang lebih lengkap dan mendalam di tabloid NOVA.



|                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|-----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Judul</b>          | Peduli Asuransi Jiwa bagi Milenial, MotionBanking x MotionInsure Berikan Premi Gratis, Ini Syaratnya!                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>Nama Media</b>     | Sindonews.com                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <b>Newstrend</b>      | Produk Bancassurance MNC Kapital                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <b>Halaman/URL</b>    | <a href="https://ekbis.sindonews.com/read/582194/178/peduli-asuransi-jiwa-bagi-milenial-motionbanking-x-motioninsure-berikan-premi-gratis-ini-syaratnya-1635394258">https://ekbis.sindonews.com/read/582194/178/peduli-asuransi-jiwa-bagi-milenial-motionbanking-x-motioninsure-berikan-premi-gratis-ini-syaratnya-1635394258</a> |
| <b>Tanggal Berita</b> | 2021-10-28                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <b>Sentimen</b>       | Netral                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |

## Peduli Asuransi Jiwa bagi Milenial, MotionBanking x MotionInsure Berikan Premi Gratis, Ini Syaratnya!

**MNC Media**

Kamis, 28 Oktober 2021 - 11:46 WIB



MNC Bank MotionBanking dan MotionInsure bekerja sama untuk memberikan proteksi kepada nasabahnya. Foto:ist

**JAKARTA** - Asuransi menjadi salah satu produk yang ditawarkan oleh sebagian besar digital banking pada saat ini. Namun, tingkat pengetahuan dan minat masyarakat akan pentingnya asuransi masih sangat minim.

Hal ini dijabarkan oleh hasil survei dari RB Consulting, Research & Business Consulting dengan Infinity CXT dan Essensight Qualitative Agency kepada 200 laki-laki dan perempuan Gen Z (18-24 tahun) dan Gen Y (25-30 tahun) pada 20-24 Maret 2021.

**Baca juga:** Hingga September BRI Life Kantongi Pendapatan Rp5,25 Triliun

Menurut survei tersebut, tingkat penetrasi digital banking generasi muda Tanah Air hanya sebesar 30%, sisanya masih memilih rekening bank konvensional. Dari 30% tersebut, masyarakat tertarik membuka rekening bank digital karena penawaran produk perbankan yang menarik, seperti gratis biaya bulanan, gratis biaya transfer, dan sebagainya.



Sebanyak 19% dari jumlah responden yang memiliki asuransi menggunakan asuransi dari BPJS karena sudah bekerja. Asuransi kesehatan menjadi produk yang paling banyak digunakan ketimbang asuransi jiwa, terutama bagi kalangan milenial.

Lantas, seberapa penting asuransi jiwa bagi kaum milenial? Untuk yang belum berkeluarga, asuransi jiwa mungkin masih tidak terlalu penting. Namun, bagi kaum milenial yang sudah berkeluarga, asuransi jiwa perlu menjadi hal yang patut dipertimbangkan.

Dengan memiliki asuransi jiwa, kehidupan keluarga kita akan menjadi lebih terjamin dan terlindungi secara finansial ke depannya nanti, khususnya bagi suami yang memiliki peran tunggal sebagai tulang punggung mata pencaharian.



Sebagai manusia, kita tidak tahu apa yang akan terjadi ke depannya nanti. Kita selalu berharap pada sesuatu yang terbaik, namun akan lebih baik jika kita bisa melakukan upaya lebih untuk melindungi keluarga kita, salah satunya dengan melalui produk asuransi jiwa.

Ada kabar baik dari PT Bank MNC Internasional Tbk (BABP) atau MNC Bank sebagai unit usaha dari PT MNC Kapital Indonesia Tbk (BCAP) yang berada di bawah naungan MNC Group lewat MotionBanking.



Terbaru, MotionBanking dan MotionInsure bekerja sama untuk memberikan proteksi kepada nasabahnya. Manfaat ini dapat diterima nasabah yang meninggal dunia akibat kecelakaan atau Covid-19.

Jika nasabah meninggal dalam masa pertanggungan, maka penanggung akan membayarkan manfaat asuransi sebesar Rp1.200.000 (satu juta dua ratus ribu rupiah) kepada nasabah.

Syarat kepesertaan program ini adalah calon nasabah perlu mengunduh aplikasi MotionBanking dan melakukan pembukaan rekening. Setelah terdaftar sebagai nasabah MNC Bank, nasabah perlu mengisi saldo sebesar Rp100.000 (seratus ribu rupiah) maksimal 30 hari setelah terdaftar menjadi nasabah MotionBanking.

Dengan demikian nasabah otomatis, melalui notifikasi di aplikasi MotionBanking, mendapatkan perlindungan jiwa dari MotionInsure. Menarik, bukan?

**Baca juga:** Puan Maharani Dukung Penghapusan Cuti Bersama Libur Natal dan Tahun Baru

Untuk menjadi nasabah, caranya pun mudah. Unduh aplikasi MotionBanking di Google PlayStore dan Apple AppStore melalui tautan berikut [bit.ly/downloadMotionBanking](https://bit.ly/downloadMotionBanking) kemudian isi data diri lalu selfie dengan Kartu Tanda Penduduk (KTP).

Untuk informasi dan syarat ketentuan lebih lanjut, dapat mengunjungi [www.motionbanking.id](https://www.motionbanking.id), menghubungi call center MNC Bank di 1500188, Whatsapp di 0888-888-8888, email di [cs@motionbanking.id](mailto:cs@motionbanking.id) dan Instagram di [@motionbankingid](https://www.instagram.com/motionbankingid).

|                       |                                                                                                                                                                                                                       |
|-----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Judul</b>          | Perluas Pasar <i>Insurtech</i> , BCAP Pacu Kolaborasi Dua Aplikasi                                                                                                                                                    |
| <b>Nama Media</b>     | Beritasatu.com                                                                                                                                                                                                        |
| <b>Newstrend</b>      | Produk Bancassurance MNC Kapital                                                                                                                                                                                      |
| <b>Halaman/URL</b>    | <a href="https://www.beritasatu.com/ekonomi/846863/perluas-pasar-insurtech-bcap-pacu-kolaborasi-dua-aplikasi">https://www.beritasatu.com/ekonomi/846863/perluas-pasar-insurtech-bcap-pacu-kolaborasi-dua-aplikasi</a> |
| <b>Tanggal Berita</b> | 2021-10-29                                                                                                                                                                                                            |
| <b>Sentimen</b>       | Netral                                                                                                                                                                                                                |

## Perluas Pasar *Insurtech*, BCAP Pacu Kolaborasi Dua Aplikasi

Jumat, 29 Oktober 2021 | 05:14 WIB  
Oleh: Liana Olivia / WBP



**Jakarta, Beritasatu.com** - Asuransi menjadi salah satu produk yang ditawarkan sebagian besar *digital banking* saat ini. Namun, tingkat pengetahuan dan minat masyarakat akan pentingnya asuransi masih sangat minim. Hal ini dijabarkan hasil survei dari RB Consulting, Research & Business Consulting dengan Infinity CXT dan Essensight Qualitative Agency kepada 200 laki-laki dan perempuan Gen Z (18-24 tahun) dan Gen Y (25-30 tahun) pada 20-24 Maret 2021.

Menurut survei tersebut, tingkat penetrasi *digital banking* generasi muda Tanah Air hanya sebesar 30%, sisanya masih memilih rekening bank konvensional. Dari 30% tersebut, masyarakat tertarik membuka rekening bank digital karena penawaran produk perbankan yang menarik seperti gratis biaya bulanan, gratis biaya transfer, dan sebagainya.

### BACA JUGA MotionBanking Gandeng PT Pos Sediakan Layanan Setor Tarik Tunai Tanpa Kartu

Sebanyak 19% dari jumlah responden yang memiliki asuransi menggunakan asuransi dari BPJS karena sudah bekerja. Asuransi kesehatan menjadi produk yang paling banyak digunakan ketimbang asuransi jiwa, terutama bagi kalangan milenial. Adapun, dengan memiliki asuransi jiwa, kehidupan keluarga akan menjadi lebih terjamin dan terlindungi secara finansial ke depannya nanti, khususnya bagi suami yang memiliki peran tunggal sebagai tulang punggung mata pencaharian.

Menangkap hal tersebut, PT Bank MNC Internasional Tbk (BABP) atau MNC Bank sebagai unit usaha dari PT MNC Kapital Indonesia Tbk (BCAP) lewat MotionBanking dan MotionInsure bekerja sama memberikan proteksi kepada nasabahnya dalam rangka menggarap pasar *insurtech* (asuransi digital). Manfaat ini dapat diterima nasabah yang meninggal dunia akibat kecelakaan atau Covid-19.

"Ke depan, MNC Bank akan terus berusaha menghadirkan aplikasi yang lebih relevan, lebih gampang digunakan, dan *less buggy*," ujar COO MotionBanking Teddy Tee dalam keterangan tertulis, Kamis (28/10/2021).

### BACA JUGA Insurtech Dorong Pertumbuhan Sektor Finansial Indonesia

Jika nasabah meninggal dalam masa pertanggungan, maka penanggung akan membayarkan manfaat asuransi sebesar Rp 1,2 juta kepada nasabah. Syarat kepesertaan program ini adalah calon nasabah perlu mengunduh aplikasi MotionBanking dan melakukan pembukaan rekening.

Setelah terdaftar sebagai nasabah MNC Bank, nasabah perlu mengisi saldo sebesar Rp 100.000 maksimal 30 hari setelah terdaftar menjadi nasabah MotionBanking. Dengan demikian nasabah otomatis, melalui notifikasi di aplikasi MotionBanking, mendapatkan perlindungan jiwa dari MotionInsure.