

Kamis, 30 September 2021

FM-CC-AAJI-006-00

Judul	Pangsa pasar asuransi jiwa masih dikuasai beberapa pemain saja
Nama Media	Kontan.co.id
Newstrend	Pertumbuhan Pasar Asuransi Jiwa
Halaman/URL	https://keuangan.kontan.co.id/news/pangsa-pasar-asuransi-jiwa-masih-dikuasai-beberapa-pemain-saja
Tanggal Berita	2021-09-30
Sentimen	Netral

Pangsa pasar asuransi jiwa masih dikuasai beberapa pemain saja

Kamis, 30 September 2021 / 07:23 WIB



KONTAN/Cherry A. Muchlis



Reporter: Adrianus Octaviano | Editor: Anna Suci Perwitasari

KONTAN.CO.ID - JAKARTA. Di tengah pertumbuhan pendapatan premi industri asuransi jiwa di semester I-2021, pangsa pasar asuransi jiwa ternyata masih dikuasai oleh segelintir pemain saja. Adapun, perusahaan asuransi jiwa yang berafiliasi dengan perusahaan asing atau *joint venture* masih mendominasi pangsa pasar tersebut.

Berdasarkan catatan Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) di paruh pertama tahun ini, secara jumlah industri asuransi jiwa sejatinya masih didominasi oleh perusahaan nasional yang berjumlah 38, sedangkan perusahaan yang statusnya *joint venture* (JV) ada 22.



Hanya saja, jika dilihat dari pendapatan premi, ekuitas, dan aset, perusahaan JV lebih dominan dibandingkan perusahaan nasional. Contohnya pendapatan premi JV mencapai Rp 56,5 triliun, lebih tinggi dari perusahaan nasional yang hanya Rp 48,2 triliun.

Ketua AAJI Budi Tampubolon mengatakan, sejatinya perusahaan asuransi asing maupun yang domestik tidak ada perbedaan. Menurut dia, perusahaan asuransi jiwa memiliki model bisnisnya yang beragam berdasarkan spesialisasi yang dimiliki.

Baca Juga: [Kanal digital menjadi peluang pemasaran asuransi di masa pandemi](#)

"Kalaupun ada yang memiliki pangsa pasar besar itu karena mereka lebih sudah lebih lama di industri ini. Bisa saja beberapa tahun ke depan posisi tersebut berubah," ujar Budi.

Sementara itu, Budi pun turut menanggapi beberapa pemain baru di industri asuransi jiwa seperti IFC Life. Ia bilang bahwa pihaknya menyambut baik dengan kehadiran pemain baru tersebut.

Hanya saja, ia menegaskan bukan berarti dengan adanya pemain baru maka pangsa pasar perusahaan asuransi yang lain akan berkurang. Hal ini mengingat masih rendahnya penetrasi asuransi di Indonesia saat ini yang berarti pasarnya pun masih besar.

"Kalau cuma satu atau dua yang bertambah tidak akan berpengaruh pada *market share* perusahaan yang lain. Tapi pemain baru ini bisa menyasar pasar yang sejatinya masih besar," pungkas Budi.

Keberadaan IFG sendiri pun diharapkan dapat membuat iklim industri asuransi jiwa semakin berkembang. Seiring, fenomena yang pernah dihadapi oleh JIwasraya menjadi *lesson learned* tersendiri bagi IFG.

Judul	Data Unit Link OJK Dibantah AAJI, Pengamat: Ini Sinyal Buruk!
Nama Media	Cnbcindonesia.com
Newstrend	Jumlah Nasabah Unitlink Semester I/2021
Halaman/URL	https://www.cnbcindonesia.com/investment/20210929175042-21-280184/data-unit-link-ojk-dibantah-aaaji-pengamat-ini-sinyal-buruk
Tanggal Berita	2021-09-30
Sentimen	Negatif

CNBC Indonesia > Investment > Berita Investment

Data Unit Link OJK Dibantah AAJI, Pengamat: Ini Sinyal Buruk!

BERITA BURUK | 17:50 WIB | 29 September 2021 | 18.04

SHARE |  



Foto: Nurrohmah Nurrohmah / CNBC Indonesia / Nurrohmah Saefi

Jakarta, CNBC Indonesia - Produk unit link, asuransi proteksi berbasis investasi, yang dulunya peminatnya banyak, kini tengah menjadi sorotan Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

Hal ini terjadi lantaran banyak penarikan atau penutupan polis yang dilakukan oleh masyarakat di sepanjang tahun lalu bersamaan dengan pandemi Covid-19, ditambah dengan semakin edas produk ini.

Data OJK mencatat jumlah nasabah unit link turun lebih dari 500 ribu orang / juta menjadi hanya 4,7 juta pemegang polis pada akhir tahun lalu. Berarti hampir 3 juta nasabah menutup polis di tengah pandemi.

Asuransi Buruk

Sinyal Buruk

Masih mengacu data OJK, sepanjang 2020, sebanyak 583 aduan disampaikan. Angka ini juga lebih tinggi dibanding dengan aduan di 2019 yang sebanyak 730 aduan. Pada kuartal I tahun 2021 sudah mencapai 273 aduan.

Hanya saja data OJK ini dibantah oleh manajemen Asuransi Asuransi Jawa Indonesia (AAJI).

Baca: Geger Kabar 3 Juta Unit Link Tutup, Ini Buka-bukaan AAJI

Pengamat Asuransi Irvan Baharjito, melihat otoritas pengawas dalam hal ini OJK dan AAJI yang mewakili pelaku pasar tidak memiliki data yang sama soal unit link.

Menurut dia ini adalah sinyal yang buruk ketika data dan OJK dibantah oleh AAJI.

"Ini sinyal buruk ketika asosiasi membantah data itu. Itu menunjukkan karena ketidakpercayaan antara OJK dan Asuransi Jasa. Itu mungkin tidak memberikan sinyal yang tidak baik kepada nasabah," kata Irvan dalam program *Investing*, CNBC Indonesia, Rabu (29/9/2021).

Menurutnya data dan OJK harus diteliti lagi apakah benar 3 juta orang menarik polis asuransi unit link-nya karena tidak sesuai atau para nasabah itu butuh dana cadangan karena kehilangan pekerjaan imbas dari pandemi.

"Harus diteliti mana yang memang benar karena hasil investasinya turun terus atau imbas pandemi," katanya.

Irvan melihat persoalan dalam asuransi unit link adalah kurangnya literasi bagi pemegang polis terhadap risiko investasi. Selain itu banyak nasabah yang mengeluhkan kemampuannya kepada agen investasi tanpa memantau perkembangan investasinya.

Pemetaan pembelian data ini bermula dari, banyak orang yang komplain terhadap asuransi unit link.

OJK merilis data sepanjang 2020, sebanyak 583 aduan disampaikan. Angka ini juga lebih tinggi dibanding dengan aduan di 2019 yang sebanyak 730 aduan. Pada kuartal I tahun 2021 sudah mencapai 273 aduan.

Di tengah banyaknya aduan itu, OJK juga berencana merilis aturan rinci dalam Surat Edaran (SE) berkaitan dengan produk asuransi yang berkaitan dengan investasi alias PAYDI, termasuk unit link.

Baca: Rimal Kasus & Aduan, Pengamat: Saatnya Moratorium Unit Link

"Kita mau aturan ini dapat menjadi salah satu jawaban dari permasalahan yang muncul, antara lain perlindungan konsumen, proses penjualan, pemahaman konsumen mengenai produk ini adalah tidak produk asuransi tetapi ada unsur investasi," kata Kepala Departemen Pengawasan IRDA I A OJK Dewi Astuti kepada CNBC Indonesia, Senin lalu (20/9/2021).

Namun pendebatan terjadi, data dari OJK dibantah oleh AAJI. Pengusaha asuransi menyatakan penurunan polis produk unit link di tahun lalu terjadi karena penurunan penjualan imbas dari pandemi Covid-19.

Direktur Eksekutif AAJI Togar Pasambu mengatakan pandemi Covid-19 memang memberikan dampak negatif terhadap penjualan asuransi.

"Bukan tutup polis, tapi penjualan yang menurun. Ya pasti menurunlah penjualan karena situasi Covid," kata Togar kepada CNBC Indonesia, Jumat (24/9/2021).

Togar mengatakan, saat ini jumlah polis individu menurut data AAJI mencapai lebih dari 10 juta polis. Jika digabung dengan polis grup maka jumlahnya mencapai lebih dari 60 juta.

www.cnbcindonesia.com

Judul	Aduan Asuransi Meningkat
Nama Media	Kontan
Newstrend	Aduan Nasabah Unitlink
Halaman/URL	10
Tanggal Berita	2021-09-29
Sentimen	Negatif

Aduan Asuransi Meningkat

JAKARTA. Beberapa tahun terakhir, pengaduan terkait industri asuransi diakui banyak diterima oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). OJK berupaya meningkatkan literasi masyarakat terkait asuransi mengingat tingkat inklusi asuransi yang terbilang rendah.

Dewan Komisioner Bidang Perlindungan Konsumen OJK, Tirta Segara menyatakan, salah satu upaya meningkatkan literasi yaitu dengan cara mengingatkan, sebelum mengakuisisi polis asuransi, masyarakat perlu benar-benar memahami isi dari polis tersebut. “Jangan tanda tangan polis sebelum benar-benar paham,” ujar Tirta dalam media briefing, Selasa (29/9).

Ia menjelaskan, jika ada masyarakat yang belum paham bisa meminta waktu pada perusahaan asuransi untuk membaca kembali isi polis mereka. Ia juga mengimbau perusahaan asuransi agar dalam menjual produk asuransi secara transparan. Dan memastikan calon nasabah sudah memahami betul terkait polis mereka.

Adrianus Octaviano

Judul	Dear Calon Nasabah Asuransi, Sebelum Beli Produk Pahami Ini Dulu Ya
Nama Media	Detik.com
Newstrend	Aduan Nasabah Unitlink
Halaman/URL	https://finance.detik.com/moneter/d-5744391/dear-calon-nasabah-asuransi-sebelum-beli-produk-pahami-ini-dulu-ya
Tanggal Berita	2021-09-29
Sentimen	Negatif

Dear Calon Nasabah Asuransi, Sebelum Beli Produk Pahami Ini Dulu Ya

Syike Febrina Laucereno - detikFinance

Rabu, 29 Sep 2021 08:01 WIB

2 komentar

SHARE



Foto: Shutterstock

Jakarta - Dalam membeli produk asuransi, calon nasabah harus meminta penjelasan selengkap-lengkapny dari agen. Kemudian agen juga harus menjelaskan secara detil produk yang dia tawarkan.

Hal ini agar tidak terjadi masalah di kemudian hari yang bisa merugikan kedua belah pihak.

Anggota Dewan Komisiner Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Tirta Segara mengungkapkan sebagai calon nasabah bisa merekam penjelasan dari agen ketika persentasi produk.

Baca Juga:
Baca Baik-baik! Calon Nasabah Asuransi Wajib Lakukan Ini Biar Nggak 'Terjebak'

Rekam ini bisa menjadi alat bukti jika di kemudian hari terjadi sengketa. Namun, calon nasabah juga harus memahami benar-benar produk apa yang akan dibeli.

Jangan sampai tidak mengerti dan nurut dengan apa yang disampaikan oleh agen. "Ini yang akan diperbaiki, konsumen harus edukasi. Jadi jangan tanda tangan sebelum anda mengerti produknya. Jangan pura-pura tahu kalau tidak mengerti. Harus pahami dulu. Untuk perusahaan asuransi juga harus menjelaskan secara lengkap kepada calon konsumennya," kata dia.

Begitupun ketika mengisi polis, dibutuhkan ketelitian. Calon nasabah harus menanyakan sampai benar-benar paham kepada agen.

Sebelumnya Direktur Eksekutif Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) Togar Pasiribu mengungkapkan, calon nasabah juga harus menjadikan polis sebagai acuan saat membeli asuransi.

"Kami berharap nasabah atau calon nasabah bisa memahami hak dan kewajibannya. Saya sering bilang kalau mau beli harus cerewet secerewet cerewetnya, karena itu uang anda, untuk masa depan anda yang lebih baik," kata dia.

Dia menjelaskan, calon nasabah juga harus membaca dengan seksama polis asuransi yang akan dia beli. Karena di dalam polis semuanya sudah dijelaskan.

"Ringkasan informasi juga harus dibaca, karena polis akan jadi dasar untuk penanggung dan tertanggung," imbuh dia.

Judul	Ramai Kasus & Aduan, Pengamat: Saatnya Moratorium Unit Link!
Nama Media	Cnbcindonesia.com
Newstrend	Aduan Nasabah Unitlink
Halaman/URL	https://www.cnbcindonesia.com/investment/20210929091449-21-279967/ramai-kasus-aduan-pengamat-saatnya-moratorium-unit-link
Tanggal Berita	2021-09-29
Sentimen	Netral

InvestTime

Ramai Kasus & Aduan, Pengamat: Saatnya Moratorium Unit Link!

INVESTMENT - Enir Yawwardhana, CNBC Indonesia | 29 September 2021 13:35

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



Foto: Rutanasi nasabah asuransi (CNBC Indonesia/ Muhammad Sabak)

Jakarta, CNBC Indonesia - Produk asuransi jiwa berbasis investasi atau unit link tengah menjadi sorotan pelaku pasar hingga regulator Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

Hal ini terjadi lantaran banyak penarikan atau penutupan polis yang dilakukan oleh masyarakat di sepanjang tahun lalu bersamaan dengan pandemi Covid-19, ditambah dengan ramainya aduan atas produk ini.

Data OJK mencatat jumlah nasabah unit link terjun bebas dari sebanyak 7 juta menjadi hanya 4,2 juta pemegang polis pada akhir tahun lalu. Berarti hampir 3 juta nasabah menutup polis di tengah pandemi.

ADVERTISEMENT

CLICK TO RETURN CONTENT

Masih mengacu data OJK, sepanjang 2020, sebanyak 593 aduan disampaikan. Angka ini juga lebih tinggi dibanding dengan aduan di 2019 yang sebanyak 230 aduan. Pada kuartal I tahun 2021 sudah mencapai 273 aduan.

Baca: Terkuak! "Dosa Besar" Agen Unit Link ke Nasabah Asuransi

Pengamat Asuransi Irvan Rahardjo mengatakan inklusi keuangan masyarakat di Indonesia tinggi, tapi banyak yang masih tidak kenal dengan produk bank atau asuransi. Dari catatannya, literasi keuangan masyarakat Indonesia hanya 13%.

Sebagai informasi, tingkat literasi keuangan terdiri dari indikator pengetahuan, keterampilan, keyakinan, sikap dan perilaku, sementara tingkat inklusi keuangan berkaitan dengan tingkat penggunaan (usage) produk atau layanan keuangan dalam satu tahun terakhir.

"Itu ini sering yang membuat terjadi kesalahpahaman dalam penjualan ke nasabah dari agen. Background agen juga banyak yang kurang mengerti itu berkebayah. Makanya saya katakan harus lakukan moratorium unit link sampai bonor penduduk kita punya literasi cukup," katanya dalam investine CNBC Indonesia, Rabu (29/9/2021).

Irvan bercerita banyak nasabah justru ke bank untuk mendapatkan produk asuransi, tetapi niatnya untuk menabung demi kelenangan di masa depan.

Banyak kasus terjadi ketika di bank, nasabah dibujuk oleh petugas yang dialihkan ke agen untuk memasukkan nasabah itu membeli produk unit link yang dikatakan sebagai tabungan.

"Itu sungguh menyedihkan dan terjadi. Saya minta ada moratorium sehingga literasi bisa lebih baik dari keadaan sekarang," katanya.

Dalam wawancara tersebut, Irvan sangat menekankan butuhnya moratorium penjualan produk ini oleh perusahaan asuransi jiwa, dan juga pemasangan di perbankan.

Sementara bagi yang ingin terus melanjutkan investasi unit link, Irvan memberi saran untuk memahami pengetahuan terhadap investasi.

Tujuannya supaya bisa mengetahui kondisi nilai polis yang divestasikan. Selain itu dia meminta nasabah juga torus memantau nilai polis jangan hanya menyerahkan semuanya kepada agen asuransi.

Judul	Ada Ratusan Aduan ke OJK soal Produk Unit Link, Ada Apa Nih?
Nama Media	Detik.com
Newstrend	Aduan Nasabah Unitlink
Halaman/URL	https://finance.detik.com/moneter/d-5745295/ada-ratusan-aduan-ke-ojk-soal-produk-unit-link-ada-apa-nih
Tanggal Berita	2021-09-29
Sentimen	Netral

Ada Ratusan Aduan ke OJK soal Produk Unit Link, Ada Apa Nih?

Tim detikcom - detikfinance

Rabu, 29 Sep 2021 14:56 WIB

03 komentar

SHARE



Ilustrasi/Foto: Getty Images/Stockphoto/retna/creative

Jakarta - Produk unit link tengah jadi sorotan Citifitas Jasa Keuangan (OJK). Hal itu terjadi karena maraknya aduan dari masyarakat mengenai nilai yang tidak sesuai dengan ketentuan polis, hingga sulitnya pengajuan klaim produk proteksi berbalut investasi tersebut.

Seperti dikutip dari CNBC Indonesia, Rabu (28/9/2021), OJK mencatat sepanjang 2020 sebanyak 590 aduan disampaikan. Angka ini lebih tinggi dibanding dengan aduan di 2019 yang sebanyak 230 aduan. Pada kuartal I-2021 sudah mencapai 273 aduan.

Pengamat asuransi Ivan Rahardjo, mengatakan kondisi ini terjadi karena banyak terjadi salah persepsi dalam penjualan produk oleh agen asuransi. Artinya masyarakat banyak yang membeli produk unit link tanpa didukasi secara penuh, termasuk risiko dari produk ini.

ADVERTISEMENT

SCROLL TO REVEAL CONTENT

"Banyak agen itu bilang unit link itu tabungan, celakanya lagi bilang (unit link ini) deposito sorta memberikan proyeksi yang optimis (soal imbal hasil atau return) tapi tidak digambarkan kemungkinan skenario terburuknya. Serta sebagian besar premi itu untuk pembayaran risiko," jelasnya dalam Investima, CNBC Indonesia.

Baca juga

Milenial Kudu Melek Asuransi Sejak Dini, Ini Alasannya

Ivan menegaskan jika nasabah membutuhkan investasi, maka sebaiknya membeli produk investasi biasa unit link yang memadukan proteksi dan investasi. Sebaliknya, jika nasabah atau masyarakat membutuhkan proteksi asuransi murni, maka belilah asuransi, bukan membeli unit link.

"Jangan dicampur aduk, karena asuransi itu bukan manager risiko, jangan beli produk investasi di perusahaan asuransi, jelas banyak itu yang menyebabkan banyak kasus," katanya.

Hal ini juga yang menjadi permasalahan sehingga nilai investasi di produk unit link tidak menghasilkan nilai positif, karena perusahaan asuransi tidak punya kemampuan untuk mengelola investasi.

OJK mencatat jumlah nasabah unit link terjun bebas dan sebanyak 7 juta menjadi hanya 4,2 juta pemegang polis pada akhir tahun lalu. Bahkan hampir 3 juta nasabah menutup polis di tengah pandemi. Bahkan, OJK terang terangan menyebut kasus kasus asuransi unit link yang dipublikasikan media ikut berdampak pada industri keuangan non bank tersebut.

Baca juga

Kasus Corona Meledak Jadi Ancaman Baru, Perlu Asuransi Seperti Apa?

OJK akan segera merilis aturan rinci dalam Surat Edaran (SE) berkaitan dengan Produk Asuransi yang Dilatirkan Dengan Investasi alias PWYDI termasuk unit link.

"Kita mau aturan ini dapat menjadi salah satu jawaban dari permasalahan yang muncul, antara lain perlindungan konsumen, proses penjualan, pemahaman konsumen mengenai produk ini adalah tetap produk asuransi tetapi ada unsur investasi," kata Kepala Departemen Pengawasan IKNB 1A OJK Dewi Astuti.

Keputusan ini diambil karena banyaknya aduan atas produk ini kepada OJK dan guna meminimalisir persolan pada produk ini mengingat dalam temuan OJK ada indikasi penjualan produk dilakukan dengan mekanisme Multi Level Marketing (MLM).

Judul	Terkuak! 'Dosa Besar' Agen Unit Link ke Nasabah Asuransi
Nama Media	Cnbcindonesia.com
Newstrend	Aduan Nasabah Unitlink
Halaman/URL	https://www.cnbcindonesia.com/investment/20210929083853-21-279961/terkuak-dosa-besar-agen-unit-link-ke-nasabah-asuransi
Tanggal Berita	2021-09-29
Sentimen	Netral

InvestorTime

Terkuak! 'Dosa Besar' Agen Unit Link ke Nasabah Asuransi

BERITA | 29 September 2021 09:29



Jakarta, CNBC Indonesia Asuransi jiwa khususnya produk unit link menjadi sorotan Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Hal ini lantaran banyak aduan dan masyarakat mengenai nilai yang tidak sesuai ketentuan polis, hingga suaranya pengaduan dalam produk produk semacam investasi tersebut.

Hal ini juga memicu penarikan dana nasabah yang masif sepanjang tahun 2020 atau penutupan polis unit link.

Dari data OJK tercatat, sepanjang 2020, sebanyak 593 aduan disampaikan. Angka ini juga lebih tinggi dibanding dengan aduan di 2019 yang sebanyak 230 aduan. Pada kuartal I tahun 2021 sudah mencapai 273 aduan.

INVESTORMENT

ORIGIN TO RESUME CONTENT

Pengamat asuransi Iwan Retardjo, mengatakan kondisi ini terjadi karena harga tegel sudah penuh dalam penjualan produk oleh Agen asuransi. Artinya masyarakat banyak yang membeli produk unit link tanpa edukasi secara penuh, termasuk risiko dari produk ini.

Baca: Tak Main-main, OJK Mau Keluarkan Ketentuan Khusus Unit Link!

"Banyak agen itu bilang unit link itu tabungan, caleknya lagi bilang unit link ini deposito serta memberikan prospek yang optimis (jika modal kecil atau return) tapi tidak dibarengi dengan edukasi skema investasinya. Serta sebagian besar premi itu untuk penyesuaian risiko," jelasnya dalam Investime, (CNBC) Indonesia, Rabu (29/9/2021).

Iwan memaparkan jika nasabah membutuhkan investasi, maka sebaiknya membeli produk investasi bukan unit link yang memadukan proteksi dan investasi. Sebaliknya, jika nasabah atau masyarakat membutuhkan proteksi asuransi murni, maka belilah asuransi, bukan membeli unit link.

"Jangan terdampar dulu, karena asuransi itu bukan manajer risiko, jangan beli produk investasi di perusahaan asuransi, jadi banyak itu yang menyebabkan banyak kasus," katanya.

Hal ini juga yang menjadi permasalahan sehingga nilai investasi di produk unit link tidak menghasilkan nilai positif, karena perusahaan asuransi tidak punya kemampuan untuk mengelola investasi.

Untuk diketahui, OJK mencatat jumlah nasabah unit link tegun basis dari sebanyak 7 juta menjadi hanya 4,7 juta pemegang polis pada akhir tahun lalu. Berarti hampir 3 juta nasabah menutup polis di tengah pandemi.

Habiskan, OJK tengah terangkan sebanyak kasus kasus asuransi unit link yang dipublikasikan media ikut berdampak pada industri keuangan non bank tersebut.

Baca: Tergilir Agen untuk Beli Unit Link? Cek Syarat Terbaru OJK

OJK akan segera merilis aturan baru dalam Surat Edaran (SE) berkaitan dengan Produk Asuransi yang Dilakukan Dengan Investasi alias PWDI, termasuk unit link.

"Kita mau aturan ini dapat menjadi salah satu jawaban dari permasalahan yang muncul, antara lain perlindungan konsumen, proses penjualan, pemahaman konsumen mengenai produk ini adalah tetap produk asuransi tegel atau asuransi investasi," kata Kepala Departemen Pengawasan HKH-1A OJK How Astuti kepada CNBC Indonesia, Senin lalu (20/9/2021).

Keputusan ini diambil karena banyaknya aduan atas produk ini kepada OJK dan guna meminimalkan persoalan pada produk ini mengingat adanya tekanan OJK ada indikasi penjualan produk dilakukan dengan mekanisme Multi Level Marketing (MLM).

Namun Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) membantah data OJK bahwa telah terjadi penurunan polis produk unit link di sepanjang tahun lalu, yang terjadi adalah penurunan penjualan unit link disebabkan karena pandemi Covid-19.

Direktur Eksekutif AAJI Tegar Palaritu mengatakan pandemi Covid-19 memang memberikan dampak negatif terhadap penjualan asuransi.

"Tapi bukan tutupi polis, tapi penjualan yang menurun. Ya pasti menurunlah penjualan karena situasi Covid," kata Tegar kepada CNBC Indonesia, Jumat (24/9/2021).

Tegar mengatakan, saat ini jumlah polis individu menurut data AAJI mencapai lebih dari 18 juta polis. Jika digabung dengan polis grup maka jumlahnya mencapai lebih dari 60 juta.

Judul	Asuransi Genjot Premi Dengan Produk Baru
Nama Media	Kontan
Newstrend	Produk-produk Baru Asuransi Jiwa & Kesehatan
Halaman/URL	10
Tanggal Berita	2021-09-30
Sentimen	Netral

Asuransi Genjot Premi dengan Produk Baru

Asuransi gencar memasarkan produk baru

Adrianus Octaviano

JAKARTA. Menggenjot premi, perusahaan asuransi jiwa gencar meluncurkan produk baru. Harapan industri produk baru ini bisa menambah pundi premi mereka.

Misalnya, Sun Life Indonesia juga memperkenalkan proteksi kesehatan baru. Presiden Direktur Sun Life Indonesia, Elin Waty mengklaim bahwa kehadiran produk baru bernama Si Bijak dapat menjadi pilihan memenuhi kebutuhan perlindungan asuransi jangka panjang. "Kami berharap, generasi muda tidak lagi menunda memulai perencanaan keuangan masa depan," ujar Elin, kemarin.

BNI Life juga telah mengeluarkan beberapa produk baru sepanjang tahun 2021 yang mayoritas merupakan produk tradisional seperti asuransi kesehatan. Selama ini produk asuransi tradisional BNI Life masih memberi-

kan kontribusi paling besar yaitu 66,2% terhadap total pendapatan premi perusahaan ini hingga Agustus 2021.

Direktur Keuangan BNI Life, Eben Eser Nainggolan mengungkapkan, target pen-

Produk-produk baru itu memang belum memberikan kontribusi besar.

dapatan premi sampai akhir tahun ini sebesar Rp 4,38 triliun. Sampai Agustus 2021, total pendapatan premi BNI Life mencapai Rp 2,95 triliun.

Produk-produk baru tersebut memang belum memberikan kontribusi yang besar karena baru saja diluncurkan. "Namun kami berharap khusus untuk produk-produk dengan premi reguler dapat menjadi *backbone* penjualan

dalam 1 tahun-2 tahun kedepan," ujar Eben.

Ada juga BRI Life yang telah memiliki beberapa produk yang disiapkan untuk menasar kalangan milenial, seperti produk Lentera dengan fitur manfaat asuransi jiwa dan penyakit kritis, dengan pembayaran premi selama lima tahun dan waktu pertanggungan sampai delapan tahun. "Jika tidak ada klaim sampai dengan akhir pertanggungan, maka premi akan dikembalikan dengan persentase tertentu," kata Iwan Pasila, Direktur Utama BRI Life.

Generali Indonesia meluncurkan platform digital baru Alive powered by Generali, yang memberikan manfaat proteksi dengan 110% premi kembali. Edy Tuhirman, *Chief Executive Officer* Generali, menyatakan, platform itu menawarkan proteksi instan dengan fitur pengembalian premi yang dipasarkan secara online. Produk ini menyasar milenial dan gen Z.

Kinerja Industri Asuransi Jiwa*

	2018	2019	2020	Juli 2020	Juli 2021	yoy
Total Aset	520,63	553,21	544,2	514,81	555,86	8,0%
Kelolaan Investasi	463,96	488,18	481,66	453,39	490,81	8,3%
Hasil Investasi	6,62	21,85	17,68	-13,21	6,16	146,6%
Premi	186,16	185,33	171,93	95,13	107,61	13,1%
Klaim dan Manfaat	142,57	145,94	149,29	80,29	93,06	15,9%

*Rp triliun

Sumber: OJK

Judul	Cerdas Berbelanja di Tengah Tren Belanja <i>Online</i>
Nama Media	Beritasatu.com
Newstrend	Layanan Asuransi Digital Allianz Life Indonesia
Halaman/URL	https://www.beritasatu.com/digital/834261/cerdas-berbelanja-di-tengah-tren-belanja-online
Tanggal Berita	2021-09-29
Sentimen	Netral

Home » Digital

Cerdas Berbelanja di Tengah Tren Belanja *Online*

Robu, 29 September 2021 | 15:10 WIB
 Oleh : Happy Amanda Amalia / PVA



[Sutradar konsumen sedang berbelanja online. (Foto: istimedia)]

Jakarta, Beritasatu.com – Pelanggan atau konsumen memainkan peran penting dalam perkembangan ekonomi negara, khususnya di masa pandemi Covid-19. Oleh karenanya, peranan konsumen sepatutnya sejalan dengan meningkatnya kecerdasan dalam berbelanja, sehingga pengalaman membeli semakin terintegrasi.

Sejak pandemi Covid-19, masyarakat memiliki peningkatan kecenderungan berbelanja melalui platform digital. Menurut laporan Hootsuite dan We Are Social bertajuk "Digital 2021", lebih dari 87% pengguna internet di Indonesia membeli beragam produk secara *online* pada beberapa bulan terakhir di penghujung 2020. Hal ini disebabkan kemudahan yang ditawarkan dari berbagai perangkat elektronik, yang mana tingkat penggunaannya ikut naik tajam selama pandemi.

Belanja *online* menawarkan proses pembelian barang yang lebih praktis, diskon menarik, hingga pembayaran atau transaksi yang jauh lebih mudah. Hadirnya platform pembayaran digital turut serta meningkatkan tren belanja *online*. Berdasarkan survei Bank Indonesia (BI), volume transaksi *digital banking* terus berkembang, yaitu tumbuh 42,47% per tahun, mencapai 553,6 juta transaksi pada Maret 2021.

"Saat ini, belanja *online* menjadi pilihan tepat untuk memenuhi keperluan keluarga dan pribadi. Selain praktis dan mudah, belanja *online* memungkinkan kita untuk melindungi diri dan keluarga di masa pandemi ini karena kita tidak perlu bepergian ke luar rumah untuk mencan kebutuhan," ujar *Chief Marketing Officer* Allianz Life Indonesia, Karin Zulkarnaen dalam keterangan pers, Rabu (29/9).

Namun, masih banyak masyarakat belum memahami cara berbelanja *online* yang benar dan aman. Meningkatnya tren berbelanja *online* perlu diiringi dengan perilaku konsumen yang lebih cerdas saat membeli barang dan jasa, untuk menghindari berbagai kerugian serta meningkatkan literasi terhadap platform digital.

Cerdas Belanja *Online*

Dalam mewujudkan kecerdasan berbelanja *online*, konsumen perlu mewaspadai tipuan. Melalui kanal Youtube Teknobie, *online business expert* Michael Sugiharto menyatakan bahwa konsumen jangan mudah percaya dengan harga yang terlalu murah.

Michael menyarankan untuk membandingkan harga dengan lapak lainnya, pastikan tidak jauh berbeda. Selanjutnya, perhatikan perilaku penjual. Jika berniat menipu, biasanya penjual meminta pembeli untuk segera membayar. Pembeli juga dapat memastikan jejak digital penjual, contohnya dengan pengecekan nomor rekening penjual di situs milik Kominfo, *cekrekening.id*.

Di tengah kemudahan transaksi online saat ini, pembeli juga berkewajiban mewaspadai ancaman kebocoran data. Menurut Pengamat IT sekaligus CEO & *Chief Digital Forensic* Indonesia, Ruby Alamsyah, kebocoran bisa terjadi akibat pihak peladen atau pengguna. Selain pihak aplikasi, pengguna perlu mengamankan data dan akunnya.

Ruby menjelaskan bahwa pengguna sebaiknya mencari tahu jenis autentifikasi aplikasi yang diunduh, menggunakan kata sandi yang tidak mudah dilacak, serta menghindari pengunduhan aplikasi yang tidak resmi. Selanjutnya, sistem operasi aplikasi *gadget* dan PC sebaiknya diperbarui secara berkala.

Sedangkan sebagai perusahaan asuransi, Allianz turut mendukung mudahnya transaksi secara *online* dan digital bagi para nasabahnya. Berdasarkan studi yang dilakukan oleh Bain & Company pada 2020, pasca pandemi, terdapat tiga hal yang menjadi faktor utama dalam memilih dan membeli produk asuransi, yaitu harga, akses, serta fleksibilitas untuk memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan dan daya beli nasabah. Untuk itu, Allianz menghadirkan OptimAll, portal distribusi asuransi digital yang menyediakan berbagai pilihan produk, salah satunya yaitu Asuransi Kesehatan.

Selain memberikan kenyamanan bagi nasabah untuk melakukan transaksi secara *online*, OptimAll juga telah tersertifikasi ISO 27001: 2013 yang berarti calon nasabah tidak perlu khawatir terhadap keamanan data mereka. Seluruh proses registrasi dilakukan dengan *e-form* dan dokumen pendukung cukup disertakan dalam bentuk elektronik berupa foto. Polis dikirimkan dalam bentuk elektronik melalui *e-mail*. Proses klaim dapat dilakukan secara online melalui website atau aplikasi Allianz eAzy Connect.

"Allianz Indonesia berkomitmen untuk memberikan perlindungan asuransi kepada lebih banyak lagi masyarakat Indonesia. Untuk itu, inovasi produk dan layanan terus dilakukan demi memberikan pengalaman terbaik bagi nasabah salah satunya lewat berbagai layanan digital yang di antaranya adalah OptimAll, portal layanan nasabah eAzy Connect yang memberikan kemudahan pengelolaan polis secara *online* di mana saja dan kapan saja, serta aplikasi Allianz Smart Point yang merupakan program *loyalty* sebagai bentuk apresiasi untuk nasabah dari ragam transaksi *online* yang telah dilakukan," tambah Karin.

Dengan meningkatnya tren belanja *online*, komitmen untuk menjaga kualitas produk dan layanan lewat berbagai inovasi semakin penting untuk diprioritaskan oleh sektor bisnis. Namun, tidak hanya itu, pelanggan juga memiliki peran aktif yang krusial untuk mendorong sektor bisnis dalam memberikan produk dan layanan terbaik. Maka dari itu, kecerdasan dalam berbelanja, khususnya secara *online*, harus semakin dijunjung tinggi.

Judul	Tren Meningkat, Allianz Life Indonesia Dukung Transaksi Digital untuk Nasabahnya
Nama Media	Theiconomics.com
Newstrend	Layanan Asuransi Digital Allianz Life Indonesia
Halaman/URL	https://www.theiconomics.com/accelerated-growth/tren-meningkat-allianz-life-indonesia-dukung-transaksi-digital-untuk-nasabahnya/
Tanggal Berita	2021-09-29
Sentimen	Netral

Tren Meningkat, Allianz Life Indonesia Dukung Transaksi Digital untuk Nasabahnya

Editor: Kristian Ginting | September 29, 2021



Karim Zukarnoen, Chief Marketing Officer Allianz Life Indonesia/Theiconomics



Iconomics - Allianz Life Indonesia menilai berbelanja secara daring menjadi pilihan tepat untuk memenuhi keperluan keluarga dan pribadi. Selain praktis dan mudah, belanja daring memungkinkan konsumen melindungi diri dan keluarga di masa pandemi karena tidak perlu ke luar rumah untuk memenuhi kebutuhan.

Menurut Chief Marketing Officer Allianz Life Indonesia Karim Zukarnoen, meski diminati, masih banyak masyarakat yang belum memahami betul cara berbelanja daring yang benar dan aman. Meningkatnya tren belanja daring perlu diiringi dengan perilaku konsumen yang lebih cerdas saat membeli barang dan jasa, untuk menghindari berbagai kerugian serta meningkatkan literasi terhadap wadah digital.



"Sebagai perusahaan asuransi, kami pun turut mendukung mudahnya transaksi secara daring dan digital bagi para nasabah," kata Karim dalam keterangan resminya beberapa waktu lalu.

Berdasarkan studi yang dilakukan oleh Bain & Company di tahun 2020, kata Karim, pasca-pandemi, ada 3 hal yang menjadi faktor utama dalam memilih dan membeli produk asuransi, yaitu harga, akses, serta fleksibilitas untuk memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan dan daya beli nasabah. Untuk itu, Allianz menghadirkan OptimAll, portal distribusi asuransi digital yang menyediakan berbagai pilihan produk, salah satunya yakni Asuransi Kesehatan.

Baca Juga: Kebijakan Fiskal di 2021 Diharapkan Ekonomi Berlanjut Pertumbuhannya

Selain memberikan kenyamanan bagi nasabah untuk melakukan transaksi secara daring, kata Karim, OptimAll juga telah tersertifikasi ISO 27001:2013 yang berarti calon nasabah tidak perlu khawatir terhadap keamanan data mereka. Seluruh proses registrasi dilakukan dengan *e-form* dan dokumen pendukung cukup disertakan dalam bentuk elektronik berupa foto. Polis dikirimkan dalam bentuk elektronik melalui *e-mail*. Proses klaim dapat dilakukan secara online melalui website atau aplikasi Allianz *eAzy Connect*.

"Allianz Indonesia berkomitmen untuk memberikan perlindungan asuransi kepada lebih banyak lagi masyarakat Indonesia. Untuk itu, inovasi produk dan layanan terus dilakukan demi memberikan pengalaman terbaik bagi nasabah salah satunya lewat berbagai layanan digital yang di antaranya adalah OptimAll, portal layanan nasabah *eAzy Connect* yang memberikan kemudahan pengelolaan polis secara online di mana saja dan kapan saja, serta aplikasi Allianz *Smart Point* yang merupakan program *loyalty* sebagai bentuk apresiasi untuk nasabah dari ragam transaksi online yang telah dilakukan," ujar Karim.



Dengan meningkatnya tren belanja online, komitmen untuk menjaga kualitas produk dan layanan lewat berbagai inovasi semakin penting untuk diprioritaskan oleh sektor bisnis. Namun, tidak hanya itu, pelanggan juga memiliki peran aktif yang krusial untuk mendorong sektor bisnis dalam memberikan produk dan layanan terbaik. Maka dari itu, kecerdasan dalam berbelanja, khususnya secara online, harus semakin dijunjung tinggi.

Judul	Gelar Webinar Customer Day 2021, Allianz Indonesia Paparkan Program Isoman Sehat
Nama Media	Marketing.co.id
Newstrend	Program ISOMAN Sehat Allianz Life Indonesia
Halaman/URL	https://marketing.co.id/gelar-webinar-customer-day-2021-allianz-indonesia-paparkan-program-isoman-sehat/
Tanggal Berita	2021-09-29
Sentimen	Netral

Gelar Webinar Customer Day 2021, Allianz Indonesia Paparkan Program Isoman Sehat

By Redaksi

Posted on 29 September 2021



Marketing.co.id – Berita Financial Services | Allianz Indonesia menggelar *webinar series* dengan topik "Pencegahan dan Penanganan Covid-19 pada Pasien Komorbid" untuk nasabah dan masyarakat umum. Webinar ini merupakan salah satu rangkaian program Cintai Keluarga & Cintai Bumi yang diselenggarakan oleh Allianz Indonesia, untuk memberikan apresiasi kepada nasabah, khususnya menyambut Hari Pelanggan dan Hari Asuransi selama bulan September dan Oktober 2021.

Dian Ekawati, Head of Customer Relationship Management Allianz Indonesia, menjelaskan program Cintai Keluarga & Cintai Bumi merupakan bentuk dukungan Allianz Indonesia terhadap nasabah untuk memberikan cinta kepada keluarga melalui perlindungan asuransi dan rasa cinta terhadap bumi sebagai tempat tinggal kita. "Kami mengajak nasabah untuk mendukung kelestarian bumi dengan mengurangi konsumsi kertas dan memaksimalkan korespondensi elektronik, serta layanan dan transaksi digital di Allianz. Setiap 1 polis elektronik yang diterbitkan, Allianz akan menyumbangkan 1 pohon untuk kelestarian bumi tercinta," ujarnya.

Baca juga: Allianz Indonesia Raih CX-SQ Award 2020 dan Gelar Rangkaian Program "eAzy di Rumah Aja"

Sejalan dengan komitmen Allianz untuk senantiasa menyediakan produk dan layanan terbaik bagi nasabah, Allianz pun memberikan manfaat perlindungan khusus untuk nasabah asuransi kesehatan perorangan dalam program Isoman Sehat. Program ini mendukung nasabah untuk melakukan isolasi mandiri dengan layanan serta penyediaan perlengkapan yang dibutuhkan pasien guna menunjang kesembuhannya. Isoman Sehat diperuntukkan bagi nasabah yang terkonfirmasi positif Covid-19 dengan kondisi ringan dan tanpa gejala.

"Banyak keluarga yang khawatir akan tersedia atau tidaknya fasilitas kesehatan bagi pasien Covid-19. Untuk itu Allianz Indonesia memperluas manfaat perlindungan khusus untuk nasabah Asuransi Kesehatan perorangan, dengan program Isoman Sehat. Dengan adanya program ini, nasabah tidak perlu cemas apabila harus menjalani isolasi mandiri di fasilitas bukan rumah sakit, atau di rumah sendiri," terang Karin Zulkarnaen, Direktur & Chief Marketing Officer Allianz Life Indonesia.

Judul	Peningkatan Risiko Penyakit Jantung pada Kalangan Usia Produktif
Nama Media	Marketing.co.id
Newstrend	Layanan Asuransi Kesehatan Digital Allianz Life Indonesia
Halaman/URL	https://marketing.co.id/peningkatan-risiko-penyakit-jantung-pada-kalangan-usia-produktif/
Tanggal Berita	2021-09-29
Sentimen	Netral

Peningkatan Risiko Penyakit Jantung pada Kalangan Usia Produktif

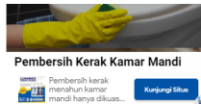
By Tony Burhanudin

Posted on 29 September 2021



Marketing.co.id – Berita Lifestyle | Penyakit jantung seringkali diasosiasikan sebagai penyakitnya orang tua. Padahal, saat ini tren penyakit jantung pada anak muda terus meningkat dan data World Heart Federation mencatat penyakit ini sebagai penyakit pembunuh nomor satu di dunia. Penyakit ini seringkali disebut sebagai "silent killer" karena dapat menyerang secara tiba-tiba.

Berdasarkan data Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas), setidaknya 15 dari 1.000 orang atau sekitar 2,7 juta penduduk di Indonesia menderita penyakit jantung. Penyakit jantung juga termasuk dalam salah satu dari Penyakit Tidak Menular (PTM) yang menurut data Kementerian PPN/Bappenas pada tahun 2019, terdapat tren pergeseran pola yang dahulu lebih sering dialami kelompok usia lanjut namun sekarang sudah mulai mengancam kelompok usia muda dengan kualitas kesehatan yang rendah.



Tren tersebut diperkirakan akan terus meningkat, melihat kondisi pandemi yang masih berlangsung hingga saat ini. Salah satu penyebabnya adalah berkurangnya aktivitas fisik karena adanya pembatasan sosial, sehingga meningkatkan risiko terkena penyakit jantung. Selain itu, masyarakat juga menunda perawatan dan enggan mengakses layanan kesehatan karena khawatir tertular COVID-19.

Baca juga: [\[TIPS\] Idealnya Miliki 4 Hal Ini di Usia 25 Tahun Anda](#)

Selain mengancam nyawa, penyakit jantung juga memakan biaya yang besar untuk pengobatan. Untuk melakukan pengobatan, pasien perlu mengeluarkan biaya yang tinggi dalam jangka waktu yang panjang hingga tidak jarang harus menguras tabungan atau sampai berutang.

"Melihat mahalnya biaya pengobatan serta bahaya yang ditimbulkan oleh penyakit jantung, seharusnya masyarakat tersadar untuk lebih peduli terhadap kesehatan tubuh. Selain menjaga kesehatan, sebaiknya kita juga mempersiapkan diri untuk kemungkinan terburuk. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan memproteksi diri menggunakan asuransi kesehatan," ucap Marco Japutra, Head of Health Business Allianz Life Indonesia.

Salah satu solusi perlindungan diri yang patut dipilih datang dari Allianz Indonesia dengan Hospital & Surgical Care Premier Plus (HSCPP) yang merupakan asuransi kesehatan tambahan individu dengan beragam manfaat tambahan. Produk ini memberikan manfaat pembayaran biaya perawatan rumah sakit sesuai tagihan. Pilihan plan yang bisa diambil juga beragam, mulai dari plan rawat inap hanya di Indonesia, maupun sampai rawat inap di luar negeri di mana pembayaran bisa dilakukan dengan fitur *cashless*.

"Asuransi kesehatan itu perlu untuk menanggulangi biaya berobat yang tinggi saat melakukan perawatan di rumah sakit. Dalam hal operasi jantung misalnya, asuransi kesehatan dapat meng-cover biaya-biaya besar seperti, biaya kamar, biaya bedah, biaya dokter spesialis, biaya pengobatan, dan biaya ICU bila diperlukan" tambah Marco.

Terlepas dari memproteksi diri dengan asuransi, mengingat penyakit jantung dapat mengancam nyawa, maka ada baiknya setiap orang perlu mulai mempertimbangkan gaya hidup sehat untuk menghindari penyakit ini. Diperkirakan 80% risiko penyakit jantung dapat dicegah melalui perubahan gaya hidup.

Baca juga: [Orang Botak Lebih Cenderung Terkena Penyakit Jantung?](#)

"Tidak ada kata terlambat untuk melakukan perubahan, memulai sekarang lebih baik daripada tidak pernah memulai sama sekali. Tindakan pencegahan dini adalah perlindungan terbaik terhadap serangan jantung," ujar Dr Seth Martin, Ahli Kardiologi.

Menurut Dr Seth Martin, salah satu cara paling ampuh untuk mencegah serangan jantung adalah menjadi bukan perokok. "Jika Anda belum pernah merokok, jantung Anda mungkin berada dalam posisi yang lebih sehat dibandingkan seseorang yang merokok," tambahnya. Selain itu, mengatur pola makan, aktif bergerak dan berolahraga serta menghindari stress adalah langkah selanjutnya menuju hidup sehat dan bebas penyakit jantung.

Judul	Waspadai peningkatan risiko penyakit jantung pada usia muda
Nama Media	Babel.antaranews.com
Newstrend	Layanan Asuransi Kesehatan Digital Allianz Life Indonesia
Halaman/URL	https://babel.antaranews.com/berita/224265/waspadai-peningkatan-risiko-penyakit-jantung-pada-usia-muda
Tanggal Berita	2021-09-29
Sentimen	Netral

Waspadai peningkatan risiko penyakit jantung pada usia muda

© Rabu, 29 September 2021 9:20 WIB



Ilustrasi sakit jantung (Pixabay)

Jakarta (ANTARA) - Penyakit jantung seringkali diasosiasikan sebagai penyakitnya orang tua. Padahal, saat ini tren penyakit jantung pada anak muda terus meningkat.

Data World Heart Federation mencatat penyakit ini sebagai penyakit pembunuh nomor satu di dunia. Penyakit ini seringkali disebut sebagai silent killer karena dapat menyerang secara tiba-tiba.

"Tidak ada kata terlambat untuk melakukan perubahan, memulai sekarang lebih baik daripada tidak pernah memulai sama sekali. Tindakan pencegahan dini adalah perlindungan terbaik terhadap serangan jantung," kata Dr Seth Martin, Ahli Kardiologi dikutip dari siaran pers pada Rabu.

Menurut Dr Seth Martin, salah satu cara paling ampuh untuk mencegah serangan jantung adalah menjalani gaya hidup sehat, termasuk tidak merokok.

"Jika Anda belum pernah merokok, jantung Anda mungkin berada dalam posisi yang lebih sehat dibandingkan seseorang yang merokok," tambahnya.

Selain itu, mengatur pola makan, aktif bergerak dan berolahraga serta menghindari stres adalah langkah selanjutnya menuju hidup sehat dan bebas penyakit jantung.

Berdasarkan data Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas), setidaknya 15 dari 1.000 orang atau sekitar 2,7 juta penduduk di Indonesia menderita penyakit jantung.

Penyakit jantung juga termasuk dalam salah satu dari Penyakit Tidak Menular (PTM) yang menurut data Kementerian PPN/Bappenas pada tahun 2019, terdapat tren pergeseran pola yang dahulu lebih sering dialami kelompok usia lanjut namun sekarang sudah mulai mengancam kelompok usia muda dengan kualitas kesehatan yang rendah.

Tren tersebut diperkirakan akan terus meningkat, melihat kondisi pandemi yang masih berlangsung hingga saat ini.

Salah satu penyebabnya adalah berkurangnya aktivitas fisik karena adanya pembatasan sosial, sehingga meningkatkan risiko terkena penyakit jantung. Selain itu, masyarakat juga menunda perawatan dan enggan mengakses layanan kesehatan karena khawatir tertular COVID-19.

Selain mengancam nyawa, penyakit jantung juga memakan biaya yang besar untuk pengobatan. Untuk melakukan pengobatan, pasien perlu mengeluarkan biaya yang tinggi dalam jangka waktu yang panjang hingga tidak jarang harus menghabiskan tabungan atau sampai berhutang.

"Melihat mahal biaya pengobatan serta bahaya yang ditimbulkan oleh penyakit jantung, seharusnya masyarakat tersadar untuk lebih peduli terhadap kesehatan tubuh. Selain menjaga kesehatan, sebaiknya kita juga mempersiapkan diri untuk kemungkinan terburuk. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan memproteksi diri menggunakan asuransi kesehatan," kata Marco Japutra, Head of Health Business di Allianz Life Indonesia.

Allianz Indonesia menghadirkan "Hospital & Surgical Care Premier Plus (HSCPP)" yang merupakan asuransi kesehatan tambahan individu dengan memberikan manfaat pembayaran biaya perawatan rumah sakit sesuai tagihan.

Pilihan plan yang bisa diambil juga beragam, mulai dari plan rawat inap hanya di Indonesia, maupun sampai rawat inap di luar negeri di mana pembayaran bisa dilakukan dengan fitur cashless.

Produk ini juga memiliki fitur "Alternative Inpatient Care" yang memungkinkan Nasabah untuk mendapatkan perawatan inap di rumah sendiri, yang sangat berguna di tengah pandemi COVID-19 saat ini.

Untuk melengkapi manfaat rawat inap, Hospital & Surgical Care Premier Plus juga memiliki manfaat rawat jalan dengan fitur baru seperti pengobatan tradisional, konsultasi terapi kesehatan mental, disertai juga dengan layanan tanya dokter dan tebus obat online yang dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja.

"Asuransi kesehatan itu perlu untuk menanggulangi biaya berobat yang tinggi saat melakukan perawatan di rumah sakit. Dalam hal operasi jantung misalnya, asuransi kesehatan dapat meng-cover biaya besar seperti, biaya kamar, biaya bedah, biaya dokter spesialis, biaya pengobatan, dan biaya ICU bila diperlukan tambah Marco.

Judul	Proteksi Kesehatan Dengan Fasilitas Kelas Dunia
Nama Media	Men's Obsession
Newstrend	Produk Bancassurance AIA Financial
Halaman/URL	98
Tanggal Berita	2021-09-29
Sentimen	Netral

Proteksi Kesehatan Dengan Fasilitas Kelas Dunia

PT Bank Central Asia (BCA) bekerja sama dengan PT AIA FINANCIAL (AIA) meluncurkan produk proteksi kesehatan dengan fasilitas kelas dunia PREMIER MEDICAL PROTECTION (Medic Pro).

Medic Pro menjawab kebutuhan proteksi masyarakat yang mendambakan kenyamanan saat mengakses layanan kesehatan di dalam dan luar negeri. Produk asuransi tradisional ini memberikan proteksi kesehatan komprehensif dengan total *limit* perlindungan hingga Rp65 miliar dan jangkauan rumah sakit hingga seluruh dunia.

"Peluncuran Medic Pro merupakan bukti nyata kolaborasi antara dua institusi terkemuka perbarikan dan asuransi, BCA bersama AIA, untuk memberikan perlindungan dan layanan yang tepat bagi masyarakat Indonesia. Bersama dengan AIA, kami konsisten meluncurkan berbagai inovasi proteksi yang dapat membantu masyarakat menjalani hidup di tengah pandemi dengan tenang. Medic Pro memberikan kenyamanan bagi nasabah ketika mereka menginginkan akses layanan kesehatan di dalam dan luar negeri yang kita ketahui membutuhkan biaya besar. Kehadiran Medic Pro membuat nasabah bisa fokus terhadap perawatan medis mereka tanpa khawatir dengan biaya pengobatan. Kami yakin Medic Pro menjadi pilihan produk proteksi kesehatan kelas dunia bagi nasabah kami," kata Wakil Presiden Direktur BCA, Suwignyo Budiman.

Presiden Direktur AIA, Sainthan Satyamoorthy juga menyatakan, "Pandemi Covid-19 telah meningkatkan kesadaran masyarakat untuk menjaga kesehatan dan kebutuhan terhadap kenyamanan saat perawatan medis, salah satunya melalui akses layanan kesehatan di dalam dan luar negeri. Dengan total *limit* perlindungan hingga Rp65 miliar, manfaat kenyamanan saat perawatan di kamar untuk satu orang dengan satu tempat tidur dan kamar mandi di dalam, serta jangkauan wilayah fasilitas kesehatan yang ditawarkan, menjadikan Medic Pro sebagai solusi proteksi komprehensif yang bisa dipilih oleh nasabah." **Angie**



Judul	Agar Masyarakat Memiliki Perencanaan Keuangan Sejak Dini
Nama Media	Swa.co.id
Newstrend	Produk Bancassurance Astra Life
Halaman/URL	https://swa.co.id/swa/trends/agar-masyarakat-memiliki-perencanaan-keuangan-sejak-dini
Tanggal Berita	2021-09-29
Sentimen	Netral

Agar Masyarakat Memiliki Perencanaan Keuangan Sejak Dini

by Vina Anggita - September 29, 2021



Pandemi Covid-19 membuat masyarakat semakin sadar akan perlindungan diri mengingat akan adanya potensi risiko yang sewaktu-waktu dapat terjadi. Tanggung jawab akan penyediaan perlindungan jiwa dan kesehatan tersebut mendorong kerja sama antara PermataBank dan Astra Life melalui penyediaan layanan asuransi jiwa dan kesehatan di aplikasi PermataMobile X.

Ancilla Lily SVP, *Head of Bancassurance and Direct Business* Astra Life menyampaikan, waktu yang tepat untuk memiliki asuransi jiwa dan kesehatan adalah sejak seseorang memiliki penghasilan, yang biasanya disertai dengan impian atau *financial goals* seperti memiliki mobil, rumah, berkeluarga, liburan, dan sebagainya. Menurutnya, asuransi melindungi risiko finansial yang dapat terjadi dalam proses mencapai impian-impian tersebut.

"Banyak keuntungan yang dimiliki ketika memiliki asuransi sedini mungkin. Selain besaran premi yang lebih terjangkau, pengeluaran belum terlalu besar, kita bisa fokus untuk meraih *financial goals*. Karena kita akan tenang apabila terjadi risiko seperti jatuh sakit, ada asuransi yang meng-cover sehingga pos-pos investasi dan pos-pos keuangan yang lain tidak terganggu," ujar Ancilla dalam *talkshow Wealth Wisdom* 2021 beberapa waktu lalu.

Dengan perkembangan teknologi yang memberikan kemudahan serta kenyamanan nasabah dalam mengakses produk perlindungan, memicu Astra Life dan PermataBank untuk glat mengembangkan produk-produk asuransi secara digital. Fokus pada kemudahan, layanan ini bertujuan memberikan pemahaman dan mendorong masyarakat untuk memiliki perencanaan yang baik.

Ancilla menjelaskan, layanan Astra Life hadir di PermataMobile X dengan proses pengajuan asuransi selama 5 menit. "Tingkat mobilitas yang tinggi dan kurangnya informasi menjadi kendala bagi masyarakat untuk memiliki asuransi. *E-bancassurance* dari Astra Life dan PermataBank menjadi solusi bagi mereka yang memiliki waktu terbatas," katanya.

E-Bancassurance ini kata dia, menawarkan lima produk asuransi jiwa sesuai dengan kebutuhan lintas generasi yakni AVA iPlan Protection, asuransi jiwa dengan premi berkala untuk perlindungan jiwa dan dana tahapan; AVA iSave Protection, asuransi jiwa dengan premi berkala untuk perlindungan jiwa dan cacat total tetap, serta memberikan manfaat pengembalian premi di akhir masa asuransi.

Kemudian ada AVA iPro Proteksi Dini, untuk perlindungan terhadap risiko penyakit kritis tahap awal dan tahap lanjut, meninggal dunia serta memberikan manfaat pengembalian premi di akhir masa asuransi; AVA Proteksi Tangguh, untuk perlindungan terhadap risiko meninggal dunia karena kecelakaan, penggantian biaya rawat jalan darurat akibat kecelakaan serta santunan duka.

"Serta AVA iFamily Protection, asuransi jiwa dan kesehatan dengan santunan rawat inap hingga Rp 1,5 juta per-hari dengan fitur opsi pengembalian premi 100% melalui proses digital yang inovatif di aplikasi PermataMobile X. Produk ini memberikan Manfaat Meninggal Dunia akibat sakit dan kecelakaan, Santunan Rawat Inap termasuk ICU, serta Manfaat Penggantian Biaya Rawat Jalan Darurat. Produk ini juga memberikan fasilitas 1 polis untuk 1 keluarga, dengan diskon premi hingga 20%," paparnya. Hadirnya fitur E-bancassurance dalam PermataMobile X diharapkan dapat lebih mendekatkan layanan asuransi jiwa dalam genggamannya nasabah.

Editor : Eva Martha Rahayu

Judul	Astra Life Gandeng PermataBank Hadirkan Layanan Asuransi di PermataMobile X
Nama Media	Bisnis.com
Newstrend	Produk Bancassurance Astra Life
Halaman/URL	https://finansial.bisnis.com/read/20210929/215/1448420/astra-life-gandeng-permatabank-hadirkan-layanan-asuransi-di-permatamobile-x
Tanggal Berita	2021-09-29
Sentimen	Netral

Astra Life Gandeng PermataBank Hadirkan Layanan Asuransi di PermataMobile X

Fokus pada kemudahan, layanan ini bertujuan memberikan pemahaman dan mendorong masyarakat untuk memiliki perencanaan yang baik.

Finansial **PermataMobile X** • **Bisnis.com**
29 September 2021 | 10:40 WIB



Covering Astra Life - permata.co.id

Bisnis.com, JAKARTA - PT Asuransi Jiwa Astra (Astra Life) bekerja sama dengan PermataBank menyediakan layanan asuransi jiwa dan kesehatan di aplikasi PermataMobile X.

Dalam acara Wealth Wisdom 2021 yang mengusung tema Growing Up Without Money Issues, SVP Head of Bancassurance and Direct Distribution Astra Life Ancilla Iky menjelaskan bahwa waktu yang tepat untuk memiliki asuransi jiwa dan kesehatan adalah sejak seseorang memiliki penghasilan, yang biasanya disertai dengan impian atau financial goals seperti memiliki mobil, rumah, berkeuarga, liburan, dan sebagainya.

Asuransi melindungi risiko finansial yang dapat terjadi dalam proses mencapai impian-impian tersebut.

"Banyak keuntungan yang dimiliki ketika memiliki asuransi sedini mungkin, selain besaran premi yang lebih terjangkau, pengeluaran belum terlalu besar, kita bisa fokus untuk meraih financial goals kita karena tenang apabila terjadi risiko, seperti jatuh sakit, ada asuransi yang meng cover sehingga pas-pis investasi dan pas-pis konsumsi yang lain tidak terganggu," ujar Ancilla, dikutip dari siaran pers, Rabu (29/9/2021).



Dengan perkembangan teknologi yang memberikan kemudahan serta kenyamanan nasabah dalam mengakses produk perlindungan melalui Astra Life dan PermataBank untuk giat mengembangkan produk produk asuransi secara digital. Fokus pada kemudahan, layanan ini bertujuan memberikan pemahaman dan mendorong masyarakat untuk memiliki perencanaan yang baik.

Layanan Astra Life hadir di PermataMobile X hadir dengan proses pengajuan asuransi selama 5 menit. Tingkat mobilitas yang tinggi dan kurangnya informasi menjadi kendala bagi masyarakat untuk memiliki asuransi. E-Bancassurance dari Astra Life dan PermataBank menjadi solusi bagi mereka yang memiliki waktu terbatas.

E-Bancassurance dalam super app PermataMobile X ini menawarkan lima produk asuransi jiwa sesuai dengan kebutuhan lintas generasi, yakni:

- **AVA Plan Protection**: asuransi jiwa dengan premi berkala untuk perlindungan jiwa dan dana tabungan.
- **AVA Save Protection**: asuransi jiwa dengan premi berkala untuk perlindungan jiwa dan cacat total tetap, serta memberikan manfaat pengembalian premi di akhir masa asuransi.
- **AVA Pro Proteksi Diri**: asuransi jiwa untuk perlindungan terhadap risiko penyakit kritis tahap awal dan tahap lanjut, meninggal dunia serta memberikan manfaat pengembalian premi di akhir masa asuransi.
- **AVA Proteksi Tangguh**: asuransi jiwa untuk perlindungan terhadap risiko meninggal dunia karena kecelakaan, penggantian biaya rawat jalan darurat akibat kecelakaan, serta santunan duka, sehingga memberikan rasa aman bagi generasi milenial dengan aktivitas yang padat.
- **AVA Family Protection**: asuransi jiwa dan kesehatan dengan santunan awal tiap hingga Rp1,5 juta per hari dengan fitur opsi pengembalian premi 100 persen melalui proses digital yang inovatif di aplikasi PermataMobile X.

Produk ini memberikan manfaat meninggal dunia akibat sakit dan kecelakaan, santunan rawat inap termasuk ICU, serta manfaat penggantian biaya rawat jalan darurat. Produk ini juga memberikan fasilitas satu polis untuk satu keluarga dengan diskon premi hingga 20 persen.

"Hadisnya fitur E-Bancassurance dalam PermataMobile X diharapkan dapat lebih mendekatkan layanan asuransi jiwa dalam pengemban nasabah. Pengajuan yang praktis, premi yang terjangkau, benefit lengkap, dan proses singkat sampai dengan e-polis yang dikirim melalui email menjadi merupakan keunggulan dari fitur E-Bancassurance di aplikasi PermataMobile X," tutur Ancilla.

Judul	Atlet Angkat Besi Olimpiade Tokyo 2020 Terima Polis Taspen Bright Life
Nama Media	Investor.id
Newstrend	Produk Asuransi Jiwa Taspen untuk Atlit Angkat Besi Olimpiade Tokyo 2020
Halaman/URL	https://investor.id/finance/265252/atlet-angkat-besi-olimpiade-tokyo-2020-terima-polis-taspen-bright-life
Tanggal Berita	2021-09-29
Sentimen	Netral



Taspen Group Apresiasi Atlet Angkat Besi Olimpiade Tokyo 2020

Atlet Angkat Besi Olimpiade Tokyo 2020 Terima Polis Taspen Bright Life

Rabu, 29 September 2021 | 10:51 WIB
Kunradus Aliandu (kunradus@investor.co.id)



JAKARTA, investor.id - Taspen Group kembali memberikan apresiasi setinggi-tingginya atas perjuangan dan kerja keras para atlet cabang olahraga angkat besi yang telah berhasil mengharumkan nama Indonesia di Olimpiade Tokyo 2020, setelah sebelumnya juga memberikan apresiasi yang sama kepada para atlet cabang bulu tangkis peraih medali di olimpiade yang sama.

Apresiasi diberikan kepada peraih medali perak dan perunggu pada Olimpiade Tokyo 2020 yaitu Eko Yuli Irawan, Windy Cantika Aisah, Rahmat Erwin Abdullah serta atlet putri pertama cabang angkat besi yang dapat lolos ke ajang Olimpiade untuk kelas berat yaitu Nurul Akmal.

Pt. Direktur Utama PT Asuransi Jiwa Taspen (Taspen Life) Ibnu Hasyim mewakili Taspen Group memberikan apresiasi berupa Polis Asuransi Taspen Bright Life kepada para atlet di Gedung Sekretariat Pengurus Besar Perkumpulan Angkat Besi Seluruh Indonesia (PB PABSI), Rabu (29/9). Pemberian apresiasi ini juga turut disaksikan oleh Wakil Ketua Umum PB PABSI, Djoko Pramono dan Wakil Sekretaris Jenderal, Sonny Kasiran.

"Apresiasi dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada para atlet cabang angkat besi yang telah mengharumkan nama Indonesia dan menyumbangkan medali di ajang Olimpiade Tokyo 2020. Prestasi ini seperti menjadi angin sejuk bagi Indonesia yang tengah dilanda pandemi. Sebagai bentuk rasa syukur dan bangga, kami Taspen Group memberikan Polis Asuransi Taspen Bright Life ini kepada para atlet cabang angkat besi,"kata Ibnu dalam sambutannya.

Manfaat asuransi dari produk Taspen Bright Life yang diberikan bagi Eko Yuli Irawan selaku peraih medali perak yakni uang pertanggungan sebesar Rp 2,25 miliar. Selanjutnya untuk Windy Cantika Aisah dan Rahmat Erwin Abdullah selaku peraih medali perunggu masing-masing mendapatkan polis Taspen Bright Life dengan uang pertanggungan sebesar Rp 1,5 miliar. Serta bagi Nurul Akmal selaku perwakilan tunggal Indonesia dalam kelas berat mendapatkan uang pertanggungan sebesar Rp 500 juta.

Setiap atlet tersebut juga mendapatkan manfaat Taspen Bright Life atas proteksi risiko 5 penyakit kritis sebesar 50% dari uang pertanggungan yang telah diberikan. Produk Taspen Bright Life memberikan proteksi selama 10 tahun dengan manfaat perlindungan risiko meninggal dunia dan 5 penyakit kritis (stroke, kanker, gagal ginjal, serangan jantung, dan hepatitis fluminant), dengan premi mulai dari Rp 100 ribu. Selain itu, apabila tidak terdapat klaim sampai 10 tahun masa proteksi tersebut, maka premi akan dikembalikan 100%.

Judul	Atlet Angkat Besi Peraih Medali Olimpiade Dapat Polis Asuransi Rp 2,25 M
Nama Media	Detik.com
Newstrend	Produk Asuransi Jiwa Taspen untuk Atlit Angkat Besi Olimpiade Tokyo 2020
Halaman/URL	https://finance.detik.com/moneter/d-5745713/atlet-angkat-besi-peraih-medali-olimpiade-dapat-polis-asuransi-rp-225-m
Tanggal Berita	2021-09-29
Sentimen	Netral

Atlet Angkat Besi Peraih Medali Olimpiade Dapat Polis Asuransi Rp 2,25 M

Aulia Damayanti - detikFinance

Rabu, 29 Sep 2021 13:51 WIB

0 komentar

SHARE



Foto: (dok KOT)

Jakarta - Setelah sebelumnya para atlet bulu tangkis peraih medali pada Olimpiade Tokyo 2020 mendapat polis asuransi hingga senilai Rp 3 miliar. Kini giliran atlet cabang olahraga angkat besi yang mendapatkannya.

Pt. Direktur Utama PT Asuransi Jiwa Taspen (Taspen Life), Ibnu Hasyim memberikan polis ini kepada peraih medali perak dan perunggu pada Olimpiade Tokyo 2020 ini yaitu Eko Yuli Irawan, Windy Cantika Aisah, Rahmat Erwin Abdullah serta atlet putri pertama cabang angkat besi yang dapat lolos ke ajang Olimpiade untuk kelas berat yaitu Nurul Akmal.

"Apresiasi dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada para atlet cabang angkat besi yang telah mengharumkan nama Indonesia dan menyumbangkan medali di ajang Olimpiade Tokyo 2020. Prestasi ini seperti menjadi angin sejuk bagi Indonesia yang tengah dilanda pandemi. Sebagai bentuk rasa syukur dan bangga, kami TASPEN Group memberikan Polis Asuransi Taspen Bright Life ini kepada para atlet cabang angkat besi," katanya Rabu (29/9/2021).

ADVERTISEMENT

SCROLL TO RESUME CONTENT

Manfaat asuransi dari produk Taspen Bright Life yang diberikan bagi Eko Yuli Irawan selaku peraih medali perak yakni Uang Pertanggungan sebesar Rp 2,25 miliar.

Baca juga:

4 Cara Cerdas Mengelola Finansial dan Membuat Uangmu Tumbuh

Selanjutnya untuk Windy Cantika Aisah dan Rahmat Erwin Abdullah selaku peraih medali perunggu masing-masing mendapatkan polis Taspen Bright Life dengan Uang Pertanggungan sebesar Rp 1,5 miliar, serta bagi Nurul Akmal selaku perwakilan tunggal Indonesia dalam kelas berat mendapatkan Uang Pertanggungan sebesar Rp 500 juta.

Setiap atlet tersebut juga mendapatkan manfaat Taspen BrightLife atas proteksi risiko 5 Penyakit Kritis sebesar 50% dari Uang Pertanggungan yang telah diberikan.

Produk Taspen Bright Life memberikan proteksi selama 10 tahun dengan manfaat perlindungan risiko meninggal dunia dan 5 penyakit kritis (Stroke, Kanker, Gagal Ginjal, Serangan Jantung dan Hepatitis Fluminant), dengan premi mulai dari Rp100rbu. Selain itu, apabila tidak terdapat klaim sampai 10 tahun masa proteksi tersebut, maka premi akan dikembalikan 100%.

(rdl/rdl)

Judul	Taspen Life apresiasi atlet angkat besi yang berprestasi di Olimpiade Tokyo 2020
Nama Media	Kontan.co.id
Newstrend	Produk Asuransi Jiwa Taspen untuk Atlit Angkat Besi Olimpiade Tokyo 2020
Halaman/URL	https://keuangan.kontan.co.id/news/taspen-life-apresiasi-atlet-angkat-besi-yang-berprestasi-di-olimpiade-tokyo-2020
Tanggal Berita	2021-09-29
Sentimen	Netral

Taspen Life apresiasi atlet angkat besi yang berprestasi di Olimpiade Tokyo 2020

Rabu, 29 September 2021 / 19:17 WIB



ILUSTRASI: Taspen Life apresiasi atlet angkat besi yang berprestasi di Olimpiade Tokyo 2020.



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

KONTAN.CO.ID - JAKARTA. Setelah sebelumnya memberikan apresiasi kepada para atlet cabang bulu tangkis, Taspen Group kini memberikan apresiasi kepada atlet angkat besi peraih medali di Olimpiade Tokyo 2020.

Apresiasi diberikan kepada peraih medali perak dan perunggu pada Olimpiade Tokyo 2020 ini yaitu Eko Yuli Irawan, Windy Cantika Aisah, Rahmat Erwin Abdullah serta atlet putri pertama cabang angkat besi yang dapat lolos ke ajang Olimpiade untuk kelas berat yaitu Nurul Akmal.



Plt. Direktur Utama PT Asuransi Jiwa Taspen (Taspen Life), Ibnu Hasyim menyebut apresiasi ini diberikan kepada para atlet cabang angkat besi yang telah mengharumkan nama Indonesia dan menyumbangkan medali di ajang Olimpiade Tokyo 2020.

"Prestasi ini seperti menjadi angin sejuk bagi Indonesia yang tengah dilanda pandemi. Sebagai bentuk rasa syukur dan bangga, kami Taspen Group memberikan Polis Asuransi Taspen Bright Life ini kepada para atlet cabang angkat besi," kata dia dalam keterangannya, Rabu (29/9).

Baca Juga: **AFPI dukung pemberantasan fintech ilegal**

Manfaat asuransi dari produk Taspen Bright Life yang diberikan bagi Eko Yuli Irawan selaku peraih medali perak yakni Uang Pertanggungan sebesar Rp 2,25 miliar.

Selanjutnya untuk Windy Cantika Aisah dan Rahmat Erwin Abdullah selaku peraih medali perunggu masing-masing mendapatkan polis Taspen Bright Life dengan Uang Pertanggungan sebesar Rp 1,5 miliar, serta bagi Nurul Akmal selaku perwakilan tunggal Indonesia dalam kelas berat mendapatkan Uang Pertanggungan sebesar Rp 500 juta.

Setiap atlet tersebut juga mendapatkan manfaat Taspen Bright Life atas proteksi risiko 5 penyakit kritis sebesar 50% dari uang pertanggungan yang telah diberikan.

Produk Taspen Bright Life memberikan proteksi selama 10 tahun dengan manfaat perlindungan risiko meninggal dunia dan 5 penyakit kritis dengan premi mulai dari Rp 100rbu. Selain itu, apabila tidak terdapat klaim sampai 10 tahun masa proteksi tersebut, maka premi akan dikembalikan 100%.

Judul	Masuk Indonesia, Vymo Digandeng AIA untuk Akselerasi Penjualan
Nama Media	Suara.com
Newstrend	Layanan Asuransi Digital AIA Financial
Halaman/URL	https://www.suara.com/tekno/2021/09/29/150940/masuk-indonesia-vymo-digandeng-aia-untuk-akselerasi-penjualan
Tanggal Berita	2021-09-29
Sentimen	Netral

Masuk Indonesia, Vymo Digandeng AIA untuk Akselerasi Penjualan

Liberty Jemadu

Rabu, 29 September 2021 | 15:09 WIB



Suara.com - Vymo, perusahaan penyedia platform akselerasi penjualan, pada Rabu (29/9/2021) mengumumkan telah secara resmi masuk ke Indonesia. Di Tanah Air, perusahaan yang bermarkas di California, Amerika Serikat itu telah digandeng oleh perusahaan asuransi **AIA Financial**.

Vymo akan memperkenalkan solusi untuk melayani lebih dari 7.000 tenaga pemasar dan manajer AIA Financial di Tanah Air, sekaligus mengonfirmasi kehadirannya yang menyasar industri keuangan dan juga pasar Fintech yang berkembang pesat di Indonesia.

"Vymo berperan sebagai asisten pribadi digital bagi mereka (manager dan leader perusahaan)," ucap Rajesh Sabhlok, Managing Director Asia Pacific dan Vymo, dalam konferensi pers, Rabu (29/9/2021).

Ia mengatakan bahwa Vymo akan secara otomatis merekam dan mencatat komunikasi yang dilakukan bersama klien dan memberikan peringatan terkait jadwal, melakukan pelaporan sehingga pengguna dapat fokus dalam penjualan.

Baca Juga:

AIA Financial Tunjuk Kathryn Monika Parapak Jadi CMO Baru

Lebih lanjut Sabhlok mengatakan bahwa Indonesia merupakan pendorong utama Vymo masuk ke Asia. Ia mengatakan Indonesia, selain memiliki populasi terbesar di Asia Tenggara, juga mempunyai industri keuangan yang kuat.

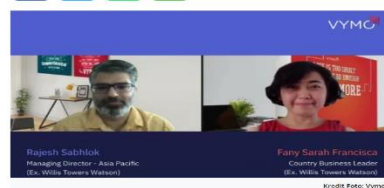
"Selama beberapa bulan kedepan, kami membidik untuk mempercepat kegiatan penjualan dan pemasaran kami di Indonesia," kata Sabhlok.

Vymo sendiri, yang berdiri pada 2013, saat ini sudah bekerjasama dengan enam negara lainnya yaitu Australia, Amerika Serikat, Hongkong, Dubai, India, Singapura. (Kathy Puteri Utomo)

Judul	Vymo Umumkan Komitmen di Indonesia dengan Tim Teknologi Lokal Industri Keuangan
Nama Media	Wartaekonomi.co.id
Newstrend	Layanan Asuransi Digital AIA Financial
Halaman/URL	https://www.wartaekonomi.co.id/read364112/vymo-umumkan-komitmen-di-indonesia-dengan-tim-teknologi-lokal-industri-keuangan
Tanggal Berita	2021-09-29
Sentimen	Netral

Vymo Umumkan Komitmen di Indonesia dengan Tim Teknologi Lokal Industri Keuangan

Rabu, 29 September 2021, 14:45 WIB



WE Online, Jakarta - Vymo, platform akselerasi penjualan dan telah menjadi pilihan dari berbagai lembaga keuangan di Asia, mengumumkan komitmennya di Indonesia dengan tim dan teknologi lokal yang ahli di industri keuangan, Rabu (29/9).

Vymo turut mengumumkan perusahaannya telah dipilih oleh AIA Indonesia (**PT AIA Financial**) untuk mengimplementasikan *remote sales* distribusi platform pertama untuk meningkatkan profitabilitas bisnis perusahaan.

Baca Juga: [Paiko Platform Bagi Kreator dan Seniman untuk Bisnis Kaos Tanpa Modal](#)



Managing Director Asia Pasifik, Vymo, Rajesh Sabhlok mengatakan, kedua inisiatif ini datang pada waktu yang tepat bagi Vymo, di mana perusahaan sedang dalam tahap percepatan strategi pertumbuhannya di Indonesia.

"Vymo yakin dapat meningkatkan pendapatannya berlipat ganda di Indonesia dalam kurun waktu 3 hingga 5 tahun ke depan dan akan turut berinvestasi dengan cara memperluas dan memperkuat tim lokal serta ekosistem mitra di Indonesia sebesar 10x dalam beberapa tahun mendatang," kata Rajesh.

Melalui kemitraannya dengan PT AIA Financial, Vymo akan memperkenalkan solusinya untuk melayani lebih dari 7.000 tenaga pemasar dan manajer AIA di Indonesia dalam upaya meningkatkan kinerja dan produktivitas penjualan PT AIA Financial. Kerja sama ini juga mengonfirmasi hadirnya Vymo di Indonesia untuk melayani industri keuangan dan juga pasar *fintech* yang berkembang pesat; bertujuan untuk melayani para sales personel garis depan, manajer penjualan, dan pemimpin bisnis melalui layanannya.

"Kami sangat senang menyambut AIA Indonesia ke dalam daftar klien kami yang berkembang pesat di Indonesia. Berbagai aplikasi *customer facing* telah berubah dengan cepat menjadi lebih intuitif dan andal di era digital saat ini. Namun, hingga saat ini, para tenaga kerja asuransi di Indonesia masih mengandalkan sistem-sistem turunan yang rumit untuk kegiatan sehari-hari. Solusi yang diberikan oleh Vymo melalui kemitraan ini akan secara drastis meningkatkan efisiensi *remote sales* tim AIA Indonesia," tambah Rajesh.

Didukung oleh fitur *Sales Excellence Cloud* milik Vymo, tim AIA dapat merckum aktivitas penjualan dan interaksi yang terjadi secara otomatis, di mana akan menghilangkan kewajiban dari para tenaga penjualan untuk memperbarui sistem catatan mereka secara manual setiap harinya.

Manajer juga akan mendapatkan visibilitas *end-to-end* pada kinerja tim mereka secara *real-time* melalui platform Vymo tersebut. *Sales Excellence Cloud* dapat diakses oleh tim manajemen untuk mengidentifikasi perilaku keterlibatan tertentu yang dapat mempengaruhi kinerja penjualan.

Secara keseluruhan, kerja sama ini akan meningkatkan produktivitas penjualan dan memberdayakan tim penjualan AIA guna menghubungkan aktivitas pendukung penjualan dengan hasil *revenue* perusahaan.

"Setelah India, Vietnam, Thailand, dan Myanmar, AIA Indonesia menjadi entitas AIA ke-5 yang menerapkan solusi kami. Hal ini makin memperkuat dan memperdalam kemitraan kami dengan AIA di Asia Tenggara. Kami akan melanjutkan perjalanan dan misi kami untuk mengubah perkembangan berbagai perusahaan, termasuk AIA, untuk menjadi lebih baik di pasar Indonesia maupun di seluruh dunia," Rajesh menambahkan.



Untuk diketahui, Vymo memiliki kantor pusat di San Francisco dan diluncurkan pada tahun 2013 dengan misi memberikan nilai transformasional untuk proses *Customer Relationship Management* (CRM) melalui solusi yang memanfaatkan otomatisasi dan teknologi AI (*Artificial Intelligence*). Saat ini, Vymo merupakan salah satu perusahaan *Software-as-a-Service* (SaaS) dengan berbagai kantor perwakilan yang tersebar di Amerika Serikat, Jepang, Singapura, India, Vietnam, Thailand, dan Indonesia.

Judul	OJK dan IJK Komit Dukung Pengembangan UMKM Melalui Gernas BBI
Nama Media	Sentralberita.com
Newstrend	Pengembangan UMKM Lewat GERNAS BBI
Halaman/URL	https://sentralberita.com/2021/09/ojk-dan-ijk-komit-dukung-pengembangan-umkm-melalui-gernas-bbi/
Tanggal Berita	2021-09-29
Sentimen	Netral

OJK dan IJK Komit Dukung Pengembangan UMKM Melalui Gernas BBI

Ekonomi

September 29, 2021 redaksi sentralberita OJK



sentralberita | Jakarta ~ Otoritas Jasa Keuangan (OJK) bersama industri perbankan, industri keuangan non bank, pasar modal dan fintech berkomitmen untuk terus meningkatkan pengembangan Usaha Menengah Kecil dan Mikro (UMKM) untuk mendorong pemulihan ekonomi nasional.

Komitmen OJK dan Industri Jasa Keuangan (IJK) tersebut disampaikan dalam pertemuan yang digelar OJK bersama sejumlah pimpinan IJK secara hybrid di kantor OJK Jakarta, Senin (28/9).

Diskusi dengan tema "UMKM Bangkit Ekonomi Tumbuh" dalam rangka memperkuat sinergi mendukung Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (Gernas BBI) tersebut dipimpin oleh Ketua Dewan Komisiner OJK Wimboh Santoso serta diikuti oleh Pimpinan Bank Himbara, Bank Umum, Bank Pembangunan Daerah, Bursa Efek Indonesia, Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia, Asosiasi Perusahaan Pembiayaan serta Perwakilan Asosiasi Fintech.

Wimboh Santoso dalam pertemuan itu mengatakan bahwa pertemuan ini merupakan upaya OJK memperkuat sinergi dengan IJK untuk menjalankan upaya konkret dalam mengembangkan UMKM.

"Untuk mencapai tujuan dan target program Gernas BBI, sektor jasa keuangan diharapkan dapat berkomitmen untuk terus memfasilitasi pengembangan ekosistem UMKM berbasis digital, memperluas akses pembiayaan UMKM dari hulu ke hilir, melakukan pembinaan dan pendampingan UMKM, serta meningkatkan literasi dan inklusi keuangan UMKM." kata Wimboh. (Wie/sb)

Judul	OJK Terbitkan Aturan Terbaru Bagi Lembaga Keuangan Mikro
Nama Media	Investor Daily
Newstrend	Regulasi Terkait Lembaga Keuangan Mikro
Halaman/URL	24
Tanggal Berita	2021-09-30
Sentimen	Netral

OJK Terbitkan Aturan Terbaru bagi Lembaga Keuangan Mikro

JAKARTA – Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menerbitkan Peraturan OJK Nomor 19/POJK.05/2021 (POJK 19/2021) tentang Penyelenggaraan Usaha Lembaga Keuangan Mikro (LKM). Aturan itu diharapkan bisa mendukung perluasan akses pembiayaan sekaligus memberi kepastian terhadap keberlangsungan bisnis LKM.

Oleh **Prisma Ardianto**

LKM sendiri merupakan lembaga keuangan yang khusus didirikan untuk memberikan jasa pengembangan usaha dan pemberdayaan masyarakat. Baik itu melalui pinjaman atau pembiayaan dalam usaha skala mikro kepada anggota dan masyarakat, pengelolaan simpanan, maupun pemberian jasa konsultasi pengembangan usaha yang tidak semata-mata mencari keuntungan.

Deputi Komisioner Hubungan Masyarakat dan Logistik OJK Anto Prabowo menyampaikan, aturan terbaru LKM itu ditujukan untuk menyesuaikan dinamika pasar. Termasuk respon regulator terhadap masukan dari berbagai pihak atas peraturan yang telah ada sebelumnya.

"Peraturan ini diterbitkan untuk menyediakan akses yang lebih besar bagi masyarakat terhadap sumber pembiayaan dan memberikan kepastian keberlangsungan kegiatan usaha Lembaga Keuangan Mikro (LKM). Harapannya, LKM dapat terus berkontribusi



Anto Prabowo

untuk memberdayakan masyarakat berpenghasilan rendah dan pelaku usaha mikro dengan tetap memperhatikan aspek prudensial dan perlindungan terhadap nasabah," kata Anto melalui keterangannya, Rabu (29/30).

Dia menambahkan, hal ini sejalan dengan komitmen OJK dalam Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia, yaitu

tu mendorong pemberdayaan UMKM melalui akses pendanaan ke lembaga keuangan formal.

Secara umum, aturan ini mengatur mengenai kegiatan usaha LKM yang meliputi penyaluran pinjaman atau pembiayaan dan pengelolaan simpanan; sumber pendanaan LKM yang dapat berasal dari ekuitas, simpanan, pinjaman dan/atau hibah. Kemudian menyangkut akad yang digunakan dalam kegiatan usaha dan sumber pendanaan berdasarkan prinsip syariah.

POJK juga mengatur tingkat kesehatan dan ekuitas LKM, penempatan kelebihan dana, tata cara memperoleh informasi tentang penyimpanan dan simpanan pada LKM, dan laporan keuangan. Termasuk larangan bagi LKM dalam menyelenggarakan kegiatan usaha, prosedur penyehatan LKM, sanksi administratif, serta ketentuan peralihan.

Adapun jika ditilik lebih lanjut, POJK 62/2015 tentang Perubahan atas POJK 13/2014 tentang Penyelenggaraan Usaha Lembaga Keuangan Mikro dinyatakan tidak berlaku sejak POJK 19/2021 ini diterbitkan. Sedangkan ketentuan pelaksana yang sudah ada dinyatakan masih berlaku sepanjang tidak bertentangan dengan aturan terbaru. Beberapa ketentuan baru untuk LKM pun dipaparkan OJK.

Di antaranya adalah menghapus ketentuan kerja sama pembiayaan bersama (*joint financing*) dalam rangka kegiatan usaha LKM berbasis *fee*. Kini LKM hanya dapat melakukan kerja sama pembiayaan penerusan (*channeling*). Selain itu, LKM tetap dapat memasarkan produk asuransi mikro dan menjadi agen Laku Pandai.

Dalam aspek pinjaman/pembiayaan, OJK tidak lagi mengatur batas penyaluran terendah yang sebelumnya dipatok sebesar Rp 50 ribu. Sebaliknya, OJK memberi kelonggaran pada LKM untuk bisa menyalurkan plafon pinjaman/pembiayaan yang lebih besar untuk satu nasabah. Awalnya besaran maksimal

pinjaman/pembiayaan hanya diperbolehkan sebesar 10% dari modal bagi nasabah kelompok dan 5% dari modal bagi nasabah perorangan.

Di aturan terbaru, OJK tidak lagi membedakan jenis nasabah. Setiap nasabah kini memungkinkan untuk mendapatkan maksimum pinjaman/pembiayaan mencapai 10% dari ekuitas. Bahkan, batas maksimum bisa menjadi 20% dari ekuitas dengan syarat nasabah memiliki rekam jejak yang baik dan penyaluran disertai dengan agunan atau penjaminan kredit.

Dalam pengelolaan risiko pinjaman atau pembiayaan, LKM memang sudah bisa mengalihkan risiko melalui mekanisme penjaminan kredit yang telah berizin OJK dan sedang tidak dikenakan sanksi pembatasan atau pembekuan usaha.

Sedangkan menyangkut agunan, LKM mesti memastikan bahwa agunan memiliki nilai ekonomis paling tidak 120% dari nilai penyaluran. Adapun agunan dapat berupa tabungan/deposito, tanah/bangunan, serta kendaraan bermotor, kapal, atau perahu bermotor dengan bukti kepemilikan. Sedangkan nilai penjaminan kredit paling rendah yaitu 80% dari nilai pinjaman/pembiayaan.

Lebih lanjut, LKM tetap diwajibkan melakukan penilaian kualitas pinjaman/pembiayaan dengan mengategorikan status lancar, diragukan, dan macet. Tapi dalam hal ini OJK menegaskan agar LKM menjaga rasio pinjaman/pembiayaan bermasalah paling tinggi 10%.

Selain itu, LKM wajib memelihara tingkat kesehatan yang meliputi rasio likuiditas dan solvabilitas. OJK meningkatkan rasio likuiditas dari sebelumnya paling rendah 3% menjadi 4%. Adapun tingkat rasio solvabilitas diatur sama yakni paling rendah sebesar 110%. LKM pun mesti menjaga ekuitas paling rendah sebesar 75% dari modal disetor bagi yang berbentuk badan hukum PT atau 75% dari simpanan pokok, simpanan wajib dan hibah bagi LKM Koperasi.

Ikhtisar Lembaga Keuangan Mikro

Keterangan	Jumlah (Rp, triliun)
Aset	1.252,5
Liabilitas	480,5
Ekuitas	616,5
Dana Syirkah Temporer	155,5
Penempatan Dana	408,2
Pinjaman Yang Diberikan (Bruto)	800,0
Pinjaman Yang Diterima	29,6
Simpanan/Tabungan	417,0

Keterangan: Data sampai April 2021

SUMBER: OJK, BERITASATU RESEARCH

BERITA SATU