

Judul	Pahami dengan Baik Sebelum Membeli Produk Asuransi
Nama Media	Majalah Media Asuransi
Newstrend	Edukasi Asuransi
Halaman/URL	45
Tanggal Berita	2021-06-04
Sentimen	Positif

News & Event

Pahami dengan Baik Sebelum Membeli Produk Asuransi

Saat ini sedang marak adanya pengaduan atau keluhan-kesah dari masyarakat terutama pemegang polis asuransi mengenai produk maupun layanan asuransi jiwa. Pengaduan dilayangkan kepada regulator maupun ke Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI). Menyikapi adanya hal tersebut, AAJI mengadakan *media gathering* secara daring dengan mengundang beberapa pembicara yang kompeten di masing-masing bidangnya.

Acara diadakan melalui aplikasi zoom pada pertengahan April lalu menghadirkan pembicara dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang membidangi Industri Keuangan Non Bank (IKNB), yakni Kepala Bagian di Direktorat Pengawasan Asuransi dan BPJS Kesehatan OJK, Kurnia Yuniakhir. Pembicara kedua, Direktur Pelayanan Konsumen OJK, Sabar Wahyono. Pembicara ketiga adalah pengamat hukum Ricardo Simanjuntak, kemudian Presiden Direktur PT Schroders Investment Management Indonesia, Michael Tjandra Tjoe, dan Direktur Eksekutif AAJI, Togar Pasarihu.

Direktur Eksekutif AAJI, Togar Pasarihu, mengatakan bahwa nasabah atau calon nasabah sebelum membeli produk asuransi harus memahami lebih dahulu dengan baik hak dan kewajibannya. Selain itu, memastikan kesesuaian produk tersebut dengan kebutuhannya. "Saya sudah sering hilang, kalau boleh secerewet-cerewetnya kepada agen. Karena ini nang Anda, untuk masa depan keuangan Anda, untuk keluarga yang lebih baik," tegasnya.

Selain itu, lanjut Togar, nasabah atau calon nasabah, wajib membaca ringkasan informasi produk dan layanan saat akan membeli produk asuransi. Mereka juga harus membaca dan memahami seluruh manfaat dan risiko produk yang terdapat pada polis. "Kalau nasabah atau calon nasabah tidak membaca polis, itu akan merugikan mereka. Kita tahu masyarakat Indonesia malas membaca, tapi sepertinya kalau masalah polis harus dibaca. Karena polis yang menjadi dasar hubungan antara tertanggung dan penanggung," katanya.

AAJI berharap, perusahaan semakin menekankan mengenai standar praktik

dan kode etik kepada seluruh tenaga pemasar, sehingga menghindari adanya disinformasi, menghindari *mis-selling*, dan sebagainya.

Sementara itu, Direktur Pelayanan Konsumen OJK, Sabar Wahyono, menjelaskan bahwa pengaduan dari masyarakat kepada OJK terhadap industri asuransi masih didominasi ketidaksesuaian produk layanan dengan penawaran atau *mis-selling*, terutama terkait produk asuransi yang dikaitkan investasi (PAYDI) atau unitlink. "Pengaduan konsumen terkait PAYDI pada 2019 sebanyak 360 kasus, kemudian meningkat hampir dua kali lipat menjadi 593 aduan di 2020. Pada 2021 sampai bulan April, sudah terdapat 273 pengaduan," paparnya.

Sabar mengatakan, agen asuransi masih ada yang salah menjelaskan ke calon pemegang polis. "Dampaknya konsumen tidak tahu. Meskipun sudah diberi polis, konsumen itu malas baca polis. Tahu-tahu dapat laporan bahwa nilai investasinya turun dan dia tidak terima. Meski *nature* dari investasi mengandung risiko, tidak semua pemegang polis memahaminya. Apalagi di awal tidak sedikit agen asuransi yang memberi janji-janji manis bahwa setelah 5 tahun, nilai investasi dari pemegang polis akan terus naik," ungkapnya.

Menurut Sabar, perlu dibuatkan daftar hitam agen nakal atau *fraud* karena mayoritas pengaduan yang masuk ke OJK karena agennya telah hilang atau tidak bekerja di perusahaan. Bahkan, dalam hasil pemantauan tematik terkait unitlink, OJK menemukan bahwa proses pemasaran agen menyerupai *multilevel marketing* (MLM) karena menekankan penjualan produk pada proses perekrutan agen dibanding

penjualan asuransi itu sendiri.

OJK meminta perusahaan asuransi melakukan edukasi secara komprehensif kepada konsumen mengenai skema produk terkait investasi. Pada saat penawaran produk, perusahaan wajib memastikan agen asuransi menjelaskan produk secara detil dan komprehensif.

Pengamat hukum asuransi, Ricardo Simanjuntak, menjelaskan bahwa unitlink merupakan produk asuransi yang kompleks, di satu sisi menawarkan perlindungan jiwa dan harta, namun di sisi lain ada unsur investasinya.

"Jenis-jenis investasi yang ditawarkan unitlink sebenarnya sudah banyak ditawarkan di portofolio investasi lain seperti saham dan reksa dana. Jadi, harus ekstra *effort* untuk menjelaskan soal proteksi dan investasi dalam satu produk asuransi. Hal ini dikarenakan satu-nya bermakna risiko ditanggung perusahaan asuransi, sementara satunya lagi risiko ditanggung pemegang polis," ungkap Ricardo.

Pada kesempatan itu, Presiden Direktur PT Schroders Investment, Michael Tjandra Tjoe, menilai munculnya kasus unitlink di industri asuransi karena masih rendahnya literasi masyarakat terhadap produk tersebut. "Adanya keluhan atas kerugian nasabah yang membeli unitlink masih kerap terjadi," jelasnya.

Michael mengatakan, pemegang polis harus mengerti produk investasi. Perusahaan asuransi memberikan edukasi kepada pemegang polis karena mereka punya hak untuk investasi. Calon pemegang polis harus tahu dan paham tentang produk unitlink yang akan dibeli karena tingkat risikonya berbeda-beda dari setiap instrumen. ■ *W. Widiastuti*

Judul	Allianz Cetak Premi Rp16,9 Triliun di 2020
Nama Media	Sindonews.com
Newstrend	Kinerja Perusahaan Asuransi
Halaman/URL	https://ekbis.sindonews.com/read/445344/178/allianz-cetak-premi-rp169-triliun-di-2020-1622718390
Tanggal Berita	2021-06-03
Sentimen	Netral

Allianz Cetak Premi Rp16,9 Triliun di 2020

Rina Anggraeni

Kamis, 03 Juni 2021 - 19:00 WIB



Ilustrasi. FOTO/SINDOnews

JAKARTA - Asuransi Allianz Life Indonesia membukukan pendapatan premi bruto (Gross Written Premium/GWP) sebesar Rp 16,9 triliun di tahun 2020, yang tumbuh 27,8% dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Dari sisi Laba Bersih (Net Income), Allianz Life Indonesia mencatat kenaikan sebesar 16% menjadi Rp 1,3 triliun.

Kendati mengalami berbagai tantangan dan perubahan yang harus dilakukan sejak **pandemi** tahun lalu, Allianz Life Indonesia berhasil melaluinya dengan tetap bertumbuh dan memberikan layanan prima bagi nasabah. Menurut Allianz Global Insurance Report 2021, pandemi tidak berdampak terlalu besar pada industri asuransi. Pendapatan premi global berdasarkan GWP turun 2,1% dan asuransi jiwa turun 4,1%. Meskipun demikian, tren di tahun 2021 dan seterusnya masih belum dapat diprediksi karena belum berakhirnya pandemi.

Baca Juga: [Jelang Penutupan Seluruh Gerai, Nasib Karyawan Giant Belum Jelas](#)

Kinerja Allianz Life Indonesia yang kuat di tahun 2020, dilatarbelakangi oleh transformasi digital yang sudah dilakukan sejak beberapa tahun terakhir. Allianz Life Indonesia melihat peralihan dan perubahan yang terjadi sebagai sebuah peluang untuk terus meningkatkan kualitas produk dan pelayanan bagi nasabah.

"Melalui tahun 2020 yang penuh tantangan, kami dengan cepat melakukan adaptasi, juga menerapkan perubahan untuk tetap menyediakan perlindungan asuransi dan memberikan layanan terbaik bagi nasabah. Kami selalu memastikan nasabah dan mitra bisnis dapat terus mengakses produk dan layanan kami dari manapun dan kapanpun. Semakin banyak proses telah diubah menjadi berbasis digital untuk memberikan customer experience yang unik dan mudah," kata Country Manager & Direktur Utama Allianz Life Indonesia Joos Louwerier di Jakarta, Kamis (3/6/2021)

Pandemi ternyata menciptakan peluang untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya perlindungan terhadap berbagai risiko. Hal ini terlihat dari pertumbuhan lini bisnis asuransi kesehatan perorangan Allianz Life Indonesia, yang mencakup produk asuransi kesehatan murni maupun manfaat tambahan (rider) kesehatan yang melengkapi asuransi jiwa unit link. Di tahun 2020, GWP dari lini bisnis ini meningkat 102,1% menjadi Rp 1,1 triliun.

Di tahun 2020, Allianz Life Indonesia juga membuktikan komitmennya untuk memberikan perlindungan kepada nasabah dengan membayarkan klaim dan manfaat sebesar Rp 11,2 triliun. Kondisi kesehatan keuangan perusahaan sepanjang tahun juga tercatat sangat baik sepanjang tahun, dengan salah satu indikator tingkat rasio kecukupan modal atau Risk-Based Capital Ratio (RBC) sebesar 472% per Desember 2020, jauh berada di atas ketentuan minimum yang ditentukan regulator.

Baca Juga: Aset Kripto Kini Beri Tawaran Menarik, Apa Itu?

Allianz Life Indonesia berhasil membukukan Weighted New Business Premium (WNBP)¹ sebesar 15%, melampaui rata-rata pasar yang menurun -12,2%. Allianz juga berhasil menjadi market leader berdasarkan Annualized Premium Equivalent (APE)² di tahun 2020 (Sumber: Laporan AAJI Kuartal IV tahun 2020). Pertumbuhan ini berlanjut hingga kuartal I tahun 2021, dimana Allianz Life Indonesia membukukan pertumbuhan WNBP sebesar 14%, dimana angka tersebut di atas rata-rata pasar yang meningkat sebesar 8% dibandingkan dengan periode yang sama di tahun sebelumnya.

"Kerja sama tim Allianz Life Indonesia yang kompak dan tangguh menjadi kunci utama keberhasilan kami dalam meraih pencapaian di tahun 2020. Strategi yang tepat, penerapan transformasi digital dan otomatisasi mendukung kualitas performa kami. Oleh karena itu, kami dapat memberikan pengalaman terbaik kepada nasabah, mitra bisnis dan karyawan walaupun di tengah pandemi," kata Cui Cui, Chief Financial Officer Allianz Life Indonesia.



"Kami optimis dapat terus mempertahankan pertumbuhan dengan memberikan solusi perlindungan, layanan dan pengalaman berasuransi yang mengesankan bagi nasabah dan mitra bisnis. Kami juga akan terus berinovasi untuk mencapai tujuan kami yaitu memberikan perlindungan kepada lebih banyak masyarakat Indonesia. Di tahun 2021, situasi mulai menunjukkan harapan terhadap pemulihan ekonomi, yang tentu akan memberikan dampak positif terhadap masyarakat, serta industri asuransi jiwa. Kami yakin krisis ini akan membuat Allianz, industri dan negara ini semakin kuat," tutup Joos.

Judul	Pendapatan Premi Bruto Allianz Life Indonesia Tumbuh 27,8 Persen di Tahun 2020
Nama Media	Industry.co.id
Newstrend	Kinerja Perusahaan Asuransi
Halaman/URL	https://www.industry.co.id/read/86632/pendapatan-premi-bruto-allianz-life-indonesia-tumbuh-278-persen-di-tahun-2020
Tanggal Berita	2021-06-03
Sentimen	Netral

Indonesia Tumbuh 27,8 Persen di Tahun 2020

Oleh : **Hariyanto** | Kamis, 03 Juni 2021 - 10:23 WIB



A A A

Berita Terkait



SUTET dan GITET Batang Dioperasikan, Berpotensi Menghemat Hampir Rp20 Miliar Perhari

NTP dan NTUP Naik, Untirta: Kesejahteraan Petani Membaik

Sempat Naik di Bulan Maret, Arus Bongkar Muat Peti Kemas Pelindo IV Turun Sebesar 0,049 Persen di Bulan April 2021

INDUSTRY.co.id - Jakarta – PT Asuransi Allianz Life Indonesia (Allianz Life Indonesia) membukukan Pendapatan Premi Bruto (Gross Written Premium/GWP) sebesar Rp 16,9 triliun di tahun 2020, yang tumbuh 27,8% dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Dari sisi Laba Bersih (Net Income), Allianz Life Indonesia mencatat kenaikan sebesar 16% menjadi Rp 1,3 triliun.

Walaupun mengalami berbagai tantangan dan perubahan yang harus dilakukan sejak pandemi tahun lalu, Allianz Life Indonesia berhasil melaluinya dengan tetap bertumbuh dan memberikan layanan prima bagi nasabah.

Menurut Allianz Global Insurance Report 2021, pandemi tidak berdampak terlalu besar pada industri asuransi. Pendapatan premi global berdasarkan GWP turun 2,1% dan asuransi jiwa turun 4,1%. Meskipun demikian, tren di tahun 2021 dan seterusnya masih belum dapat diprediksi karena belum berakhirnya pandemi.

Kinerja Allianz Life Indonesia yang kuat di tahun 2020, dilatarbelakangi oleh transformasi digital yang sudah dilakukan sejak beberapa tahun terakhir. Allianz Life Indonesia melihat peralihan dan perubahan yang terjadi sebagai sebuah peluang untuk terus meningkatkan kualitas produk dan pelayanan bagi nasabah.

“Melalui tahun 2020 yang penuh tantangan, kami dengan cepat melakukan adaptasi, juga menerapkan perubahan untuk tetap menyediakan perlindungan asuransi dan memberikan layanan terbaik bagi nasabah. Kami selalu memastikan nasabah dan mitra bisnis dapat terus mengakses produk dan layanan kami dari manapun dan kapanpun. Semakin banyak proses telah diubah menjadi berbasis digital untuk memberikan customer experience yang unik dan mudah,” kata Joos Louwerier, Country Manager & Direktur Utama Allianz Life Indonesia yang dikutip [INDUSTRY.co.id](https://www.industry.co.id), Kamis (3/6/2021).

Pandemi ternyata juga menciptakan peluang untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya perlindungan terhadap berbagai risiko kehidupan. Hal ini terlihat dari pertumbuhan lini bisnis asuransi kesehatan perorangan Allianz Life Indonesia, yang mencakup produk asuransi kesehatan murni maupun manfaat tambahan (rider) kesehatan yang melengkapi asuransi jiwa unit link. Di tahun 2020, GWP dari lini bisnis ini meningkat 102,1% menjadi Rp 1,1 triliun.

Di tahun 2020, Allianz Life Indonesia juga membuktikan komitmennya untuk memberikan perlindungan kepada nasabah dengan membayarkan klaim dan manfaat sebesar Rp 11,2 triliun. Kondisi kesehatan keuangan perusahaan sepanjang tahun juga tercatat sangat baik sepanjang tahun, dengan salah satu indikator tingkat rasio kecukupan modal atau Risk-Based Capital Ratio (RBC) sebesar 472% per Desember 2020, jauh berada di atas ketentuan minimum yang ditentukan regulator.

Allianz Life Indonesia berhasil membukukan Weighted New Business Premium (WNBP)¹ sebesar 15%, melampaui rata-rata pasar yang menurun -12,2%. Allianz juga berhasil menjadi market leader berdasarkan Annualized Premium Equivalent (APE)² di tahun 2020 (Sumber: Laporan AAJI Kuartal IV tahun 2020).

Pertumbuhan ini berlanjut hingga kuartal I tahun 2021, dimana Allianz Life Indonesia membukukan pertumbuhan WNBP sebesar 14%, dimana angka tersebut di atas rata-rata pasar yang meningkat sebesar 8% dibandingkan dengan periode yang sama di tahun sebelumnya.

"Kerja sama tim Allianz Life Indonesia yang kompak dan tangguh menjadi kunci utama keberhasilan kami dalam meraih pencapaian di tahun 2020. Strategi yang tepat, penerapan transformasi digital dan otomatisasi mendukung kualitas performa kami. Oleh karena itu, kami dapat memberikan pengalaman terbaik kepada nasabah, mitra bisnis dan karyawan walaupun di tengah pandemi," kata Cui Cui, Chief Financial Officer Allianz Life Indonesia.

"Kami optimis dapat terus mempertahankan pertumbuhan dengan memberikan solusi perlindungan, layanan dan pengalaman berasuransi yang mengesankan bagi nasabah dan mitra bisnis. Kami juga akan terus berinovasi untuk mencapai tujuan kami yaitu memberikan perlindungan kepada lebih banyak masyarakat Indonesia. Di tahun 2021, situasi mulai menunjukkan harapan terhadap pemulihan ekonomi, yang tentu akan memberikan dampak positif terhadap masyarakat, serta industri asuransi jiwa. Kami yakin krisis ini akan membuat Allianz, industri dan negara ini semakin kuat." tutup Joos.

Judul	Allianz Life Indonesia Raih Pertumbuhan Kinerja yang Kuat di Tahun 2020 dan Tetap Laju di Kuartal I 2021
Nama Media	Pressrelease.kontan.co.id
Newstrend	Kinerja Perusahaan Asuransi
Halaman/URL	https://pressrelease.kontan.co.id/release/allianz-life-indonesia-raih-pertumbuhan-kinerja-yang-kuat-di-tahun-2020-dan-tetap-laju-di-kuartal-i-
Tanggal Berita	2021-06-03
Sentimen	Positif

Allianz Life Indonesia Raih Pertumbuhan Kinerja yang Kuat di Tahun 2020 dan Tetap Laju di Kuartal I 2021



Jakarta, 2 Juni 2021 – PT Asuransi Allianz Life Indonesia (Allianz Life Indonesia) membukukan Pendapatan Premi Bruto (Gross Written Premium/GWP) sebesar Rp 16,9 triliun di tahun 2020, yang tumbuh 27,8% dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Dari sisi Laba Bersih (Net Income), Allianz Life Indonesia mencatat kenaikan sebesar 16% menjadi Rp 1,3 triliun.

Publisher

PT Allianz Life Indonesia

Walaupun mengalami berbagai tantangan dan perubahan yang harus dilakukan sejak pandemi tahun lalu, Allianz Life Indonesia berhasil melaluinya dengan tetap bertumbuh dan memberikan layanan prima bagi nasabah. Menurut Allianz Global Insurance Report 2021, pandemi tidak berdampak terlalu besar pada industri asuransi.

Pendapatan premi global berdasarkan GWP turun 2,1% dan asuransi jiwa turun 4,1%. Meskipun demikian, tren di tahun 2021 dan seterusnya masih belum dapat diprediksi karena belum berakhirnya pandemi.

Kinerja Allianz Life Indonesia yang kuat di tahun 2020, dilatarbelakangi oleh transformasi digital yang sudah dilakukan sejak beberapa tahun terakhir. Allianz Life Indonesia melihat peralihan dan perubahan yang terjadi sebagai sebuah peluang untuk terus meningkatkan kualitas produk dan pelayanan bagi nasabah.

"Melalui tahun 2020 yang penuh tantangan, kami dengan cepat melakukan adaptasi, juga menerapkan perubahan untuk tetap menyediakan perlindungan asuransi dan memberikan layanan terbaik bagi nasabah. Kami selalu memastikan nasabah dan mitra bisnis dapat terus mengakses produk dan layanan kami dari manapun dan kapanpun. Semakin banyak proses telah diubah menjadi berbasis digital untuk memberikan customer experience yang unik dan mudah," kata Joos Louwerier, Country Manager & Direktur Utama Allianz Life Indonesia.

Pandemi ternyata juga menciptakan peluang untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya perlindungan terhadap berbagai risiko kehidupan. Hal ini terlihat dari pertumbuhan lini bisnis kesehatan perorangan Allianz Life Indonesia, yang mencakup produk asuransi kesehatan murni maupun manfaat tambahan (rider) kesehatan yang melengkapi asuransi jiwa unit link. Di tahun 2020, GWP dari lini bisnis ini meningkat 102,1% menjadi Rp 1,1 triliun.

Di tahun 2020, Allianz Life Indonesia juga membuktikan komitmennya untuk memberikan perlindungan kepada nasabah dengan membayarkan klaim dan manfaat sebesar Rp 11,2 triliun. Kondisi kesehatan keuangan perusahaan sepanjang tahun juga tercatat sangat baik sepanjang tahun, dengan salah satu indikator tingkat rasio kecukupan modal atau Risk-Based Capital Ratio (RBC) sebesar 472% per Desember 2020, jauh berada di atas ketentuan minimum yang ditentukan regulator.

Allianz Life Indonesia berhasil membukukan Weighted New Business Premium (WNBP)¹ sebesar 15%, melampaui rata-rata pasar yang menurun -12,2%. Allianz juga berhasil menjadi market leader berdasarkan Annualized Premium Equivalent (APE)² di tahun 2020 (Sumber: Laporan AAJI Kuartal IV tahun 2020).

Pertumbuhan ini berlanjut hingga kuartal I tahun 2021, dimana Allianz Life Indonesia membukukan pertumbuhan WNBP sebesar 14%, dimana angka tersebut di atas rata-rata pasar yang meningkat sebesar 8% dibandingkan dengan periode yang sama di tahun sebelumnya.

“Kerja sama tim Allianz Life Indonesia yang kompak dan tangguh menjadi kunci utama keberhasilan kami dalam meraih pencapaian di tahun 2020. Strategi yang tepat, penerapan transformasi digital dan otomatisasi mendukung kualitas performa kami. Oleh karena itu, kami dapat memberikan pengalaman terbaik kepada nasabah, mitra bisnis dan karyawan walaupun di tengah pandemi,” kata Cui Cui, Chief Financial Officer Allianz Life Indonesia.

“Kami optimis dapat terus mempertahankan pertumbuhan dengan memberikan solusi perlindungan, layanan dan pengalaman berasuransi yang mengesankan bagi nasabah dan mitra bisnis. Kami juga akan terus berinovasi untuk mencapai tujuan kami yaitu memberikan perlindungan kepada lebih banyak masyarakat Indonesia.

Di tahun 2021, situasi mulai menunjukkan harapan terhadap pemulihan ekonomi, yang tentu akan memberikan dampak positif terhadap masyarakat, serta industri asuransi jiwa. Kami yakin krisis ini akan membuat Allianz, industri dan negara ini semakin kuat.” tutup Joos.

Judul	Allianz Life Raih Kinerja Kuat di 2020 & Melaju di Kuartal I 2021
Nama Media	Tirto.id
Newstrend	Kinerja Perusahaan Asuransi
Halaman/URL	https://tirto.id/allianz-life-raih-kinerja-kuat-di-2020-melaju-di-kuartal-i-2021-ggwm
Tanggal Berita	2021-06-03
Sentimen	Netral

Allianz Life Raih Kinerja Kuat di 2020 & Melaju di Kuartal I 2021



Jan-Joris Louwerier, foto/Rilis Allianz



Oleh: Yandri Daniel Damatedo - 3 Juni 2021

Dibaca Normal 2 menit

Allianz Life mencatatkan Pendapatan Premi Bruto sebesar Rp16,9 triliun pada 2020, yang tumbuh 27,8% dibandingkan dengan tahun 2020.

tirto.id - PT Asuransi Allianz Life Indonesia (Allianz Life Indonesia) mencatatkan Pendapatan Premi Bruto (Gross Written Premium/GWP) sebesar Rp 16,9 triliun di 2020, yang tumbuh sebesar 27,8% dibandingkan dengan tahun sebelumnya.

Dari sisi Laba Bersih (Net Income), Allianz Life Indonesia mencatat kenaikan sebesar 16% menjadi Rp1,3 triliun.



Walaupun mengalami berbagai tantangan dan perubahan yang harus dilakukan sejak pandemi tahun lalu, Allianz Life Indonesia berhasil melaluinya dengan tetap bertumbuh dan memberikan layanan prima bagi nasabah.

Menurut Allianz Global Insurance Report 2021, pandemi tidak berdampak terlalu besar pada industri asuransi.

Pendapatan premi global berdasarkan GWP turun 2,1% dan asuransi jiwa turun 4,1%. Meskipun demikian, tren di tahun 2021 dan seterusnya masih belum dapat diprediksi karena belum berakhirnya pandemi.

Kinerja Allianz Life Indonesia yang kuat di tahun 2020, dilatarbelakangi oleh transformasi digital yang sudah dilakukan sejak beberapa tahun terakhir.

Allianz Life Indonesia melihat peralihan dan perubahan yang terjadi sebagai sebuah peluang untuk terus meningkatkan kualitas produk dan pelayanan bagi nasabah.

"Melalui tahun 2020 yang penuh tantangan, kami dengan cepat melakukan adaptasi, juga menerapkan perubahan untuk tetap menyediakan perlindungan asuransi dan memberikan layanan terbaik bagi nasabah," kata Joos Louwerier, Country Manager & Direktur Utama Allianz Life Indonesia dalam rilis yang diterima *Tirto*, Rabu (2/6).

"Kami selalu memastikan nasabah dan mitra bisnis dapat terus mengakses produk dan layanan kami dari manapun dan kapanpun. Semakin banyak proses telah diubah menjadi berbasis digital untuk memberikan customer experience yang unik dan mudah," tambahnya.

Pandemi ternyata juga menciptakan peluang untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya perlindungan terhadap berbagai risiko kehidupan.

Hal ini terlihat dari pertumbuhan lini bisnis asuransi kesehatan perorangan Allianz Life Indonesia, yang mencakup produk asuransi kesehatan murni maupun manfaat tambahan (rider) kesehatan yang melengkapi asuransi jiwa unit link. Di tahun 2020, GWP dari lini bisnis ini meningkat 102,1% menjadi Rp 1,1 triliun.

Di tahun 2020, Allianz Life Indonesia juga membuktikan komitmennya untuk memberikan perlindungan kepada nasabah dengan membayarkan klaim dan manfaat sebesar Rp 11,2 triliun.

Kondisi kesehatan keuangan perusahaan sepanjang tahun juga tercatat sangat baik sepanjang tahun, dengan salah satu indikator tingkat rasio kecukupan modal atau Risk-Based Capital Ratio (RBC) sebesar 472% per Desember 2020, jauh berada di atas ketentuan minimum yang ditentukan regulator.

Allianz Life Indonesia berhasil membukukan Weighted New Business Premium (WNBPI) sebesar 15%, melampaui rata-rata pasar yang menurun -12,2%.

Menurut laporan AAI Kuartal IV 2020, Allianz juga berhasil menjadi market leader berdasarkan Annualized Premium Equivalent (APE) di tahun 2020.

Pertumbuhan ini berlanjut hingga kuartal I tahun 2021, di mana Allianz Life Indonesia membukukan pertumbuhan WNBPI sebesar 14%, di mana angka tersebut di atas rata-rata pasar yang meningkat sebesar 8% dibandingkan dengan periode yang sama di tahun sebelumnya.

"Kerja sama tim Allianz Life Indonesia yang kompak dan tangguh menjadi kunci utama keberhasilan kami dalam meraih pencapaian di tahun 2020. Strategi yang tepat, penerapan transformasi digital dan otomatisasi mendukung kualitas performa kami," kata Cui Cui, Chief Financial Officer Allianz Life Indonesia.

"Oleh karena itu, kami dapat memberikan pengalaman terbaik kepada nasabah, mitra bisnis dan karyawan walaupun di tengah pandemi," katanya.

"Kami optimis dapat terus mempertahankan pertumbuhan dengan memberikan solusi perlindungan, layanan dan pengalaman berasuransi yang mengesankan bagi nasabah dan mitra bisnis. Kami juga akan terus berinovasi untuk mencapai tujuan kami yaitu memberikan perlindungan kepada lebih banyak masyarakat Indonesia," kata Joos.

"Di tahun 2021, situasi mulai menunjukkan harapan terhadap pemulihan ekonomi, yang tentu akan memberikan dampak positif terhadap masyarakat, serta industri asuransi jiwa. Kami yakin krisis ini akan membuat Allianz, industri dan negara ini semakin kuat," tutupnya.

Judul	Aset Asuransi Jiwa Semakin Menggendut
Nama Media	Kontan
Newstrend	Kinerja Industri Asuransi
Halaman/URL	10
Tanggal Berita	2021-06-04
Sentimen	Netral

Aset Asuransi Jiwa Semakin Menggendut

Aset asuransi Jiwa masih dikuasai oleh asuransi asing

Ferrika Sari

JAKARTA. Perusahaan asuransi jiwa asing semakin menancapkan kukunya dalam industri dalam negeri. Alih-alih bisnis menurun di tengah pandemi, aset perusahaannya asuransi jiwa semakin menggendut.

Dari 10 besar perusahaan asuransi jiwa beraset terbesar mayoritas adalah perusahaan asing (*lihat infografik*). Secara industri memang aset industri asuransi jiwa semakin membesar.

Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK), industri asuransi jiwa mampu mengumpulkan aset Rp 552,08 triliun pada April 2021. Nilai itu meningkat 10,80% dibandingkan April tahun lalu yakni Rp 498,23 triliun.

Peningkatan itu berkat kontribusi dana kelolaan atau investasi perusahaan asuransi jiwa. Bahkan, sampai empat bulan pertama 2021, investasi industri meningkat hingga 15,82% yoy. Mayoritas investasi menunjukkan peningkatan pada instrumen saham, surat berharga pemerintah dan reksadana.

Salah satu perusaha-

an asing yang asetnya semakin tambun adalah Allianz Life. Perusahaan ini berhasil mengumpulkan aset Rp 38,07 triliun pada kuartal I 2021.

Asuransi jiwa asing semakin mendominasi dengan pencapaian aset.

Nilai itu meningkat 18,08% dibandingkan realisasi tahun sebelumnya yakni Rp 32,24 triliun. "Strategi yang tepat, penerapan transformasi digi-

tal dan otomatisasi mendukung kualitas performa kami. Oleh karena itu, kami dapat memberikan pengalaman terbaik bagi nasabah, mitra bisnis dan karyawan walau tengah pandemi," ujar *Chief Financial Officer* Allianz Life Indonesia Cui Cui, Kamis (3/6).

IFG Life

Sementara yang menjadi jawara adalah PT Prudential Life Assurance yang mengantongi aset Rp 64,70 triliun pada triwulan I 2021. Nilai tersebut meningkat 12,36% dari realisasi tahun lalu yakni Rp 57,58 triliun.

Membuntuti Prudential, PT AIA Financial yang juga sukses mencatatkan kinerja positif. Hingga triwulan I 2021, perusahaan mengantongi aset Rp 52,29 triliun, atau meningkat 15,73% yoy. Aset itu berasal dari dana investasi Rp 44,77 triliun dan bukan investasi Rp 7,52 triliun. Tahun ini asuransi jiwa juga bakal k kedatangan perusahaan pengganti PT Asuransi Jiwasraya yakni IFG Life. Diharapkan kehadiran IFG Life bisa menyaingi dominasi para pemain asing ini. ■

Daftar Aset 10 Besar Perusahaan Asuransi Jiwa

No.	Asuransi	Triwulan I	
		2020	2021
1.	Prudential Life	57,70	64,70
2.	AIA Financial	45,18	52,29
3.	Manulife Indonesia	46,95	56,38
4.	Allianz Life	32,24	38,07
5.	Indolife Pensionsama	31,58	31,87
6.	Asuransi Simas Jiwa	30,23	35,00
7.	AXA Mandiri Financial	25,31	35,93
8.	BNI Life	16,29	19,88
9.	Sequis Life	16,89	19,28
10.	Sinarmas MSIG Life	14,23	15,35

Sumber: Laporan Keuangan Perusahaan (dalam triliun)

Judul	Kinerja positif, AIA kumpulkan aset Rp 52,29 triliun hingga kuartal I
Nama Media	Kontan.co.id
Newstrend	Kinerja Industri Asuransi
Halaman/URL	https://keuangan.kontan.co.id/news/kinerja-positif-aia-kumpulkan-aset-rp-5229-triliun-hingga-kuartal-i
Tanggal Berita	2021-06-03
Sentimen	Netral

Kinerja positif, AIA kumpulkan aset Rp 52,29 triliun hingga kuartal I

Kamis, 03 Juni 2021 / 18:31 WIB



ILUSTRASI. Warga melintas di depan logo Asuransi AIA di Jakarta, Rabu (16/09). KONTAN/Fransiskus Simbolon/16/09/2015

Badan Amil Zakat Nasional
Zakat Online

SELENGKAPNYA



Reporter: **Ferrika Sari** | Editor: **Tendi Mahadi**

KONTAN.CO.ID - JAKARTA. PT AIA Financial (AIA) berhasil mencatatkan kinerja positif. Hingga triwulan I 2021, perusahaan mengantongi aset Rp 52,29 triliun, atau meningkat 15,73% yoy.

Berdasarkan laporan keuangan perusahaan, aset itu berasal dari dana investasi Rp 44,77 triliun dan bukan investasi Rp 7,52 triliun. Kedua pos a tersebut mencatatkan pertumbuhan masing-masing sebesar 16,07% yoy dan 13,76% yoy.

Iklan ditutup oleh Google

Beberapa waktu lalu, *Chief Marketing Officer* AIA Financial Lim Chet Ming mengatakan, perusahaan fokus memberikan proteksi bagi nasabah, membantu nasabah menghadapi berbagai risiko kehidupan dengan tenang.

Baca Juga: **Aset Prudential Indonesia capai Rp 64,70 triliun hingga kuartal I-2021**

"Produk asuransi syariah adalah salah satu produk yang diminati masyarakat karena adanya konsep tolong menolong yang diminati oleh semua kalangan dan saat ini lini asuransi syariah masih menjadi kontribusi penting untuk bisnis AIA," kata Lim.

Selama pandemi, perusahaan telah meluncurkan berbagai produk dan inisiatif yang relevan untuk membantu nasabah mendapatkan rasa tenang dalam menjalani hidup di tengah pandemi.

"Di samping itu, kami juga percaya bahwa kini masyarakat semakin menyadari pentingnya peran asuransi dan perencanaan keuangan sebagai bentuk proteksi diri sendiri dan keluarga di masa depan," lanjutnya.

Di awal 2021, AIA juga meluncurkan AIA Vitality, suatu terobosan program *health & wellness* yang terhubung dengan layanan inti perlindungan jiwa AIA di Indonesia sekaligus wujud inovasi dari konsep *shared value* yang diusung AIA.

Judul	AXA Mandiri Catat Kinerja Positif di 2020
Nama Media	Media Asuransi
Newstrend	Kinerja Perusahaan Asuransi
Halaman/URL	60
Tanggal Berita	2021-06-04
Sentimen	Netral

AXA Mandiri Catat Kinerja Positif di 2020

PT AXA Mandiri Financial Services (AXA Mandiri) mencatatkan kinerja positif di tengah situasi pandemi Covid-19 dengan membukukan pendapatan premi senilai lebih dari Rp11 triliun di tahun 2020, naik 18 persen dibandingkan tahun sebelumnya. Pendapatan Premi menjadi penyumbang utama atau 91 persen dari total pendapatan AXA Mandiri yang berjumlah lebih dari Rp12 triliun.

Presiden Direktur AXA Mandiri, Handojo G Kusuma mengatakan bahwa pencapaian kinerja positif ini tidak terlepas dari hasil kerja sama tim yang luar biasa, mulai dari tenaga pemasar, karyawan, mitra bisnis, hingga dukungan dari para pemegang saham AXA Mandiri. "Pandemi telah mengajarkan kita untuk memiliki mental tangguh, serta adaptif dalam merespons perubahan yang terjadi," katanya dalam jumpa pers kinerja keuangan AXA Mandiri di Jakarta, 15 April 2021. ■ *Edi*

Judul	IFG: Dalam 20 tahun ke depan, aset industri asuransi akan naik 5%
Nama Media	Kontan.co.id
Newstrend	Aset Industri Asuransi
Halaman/URL	https://keuangan.kontan.co.id/news/ifg-dalam-20-tahun-ke-depan-aset-industri-asuransi-akan-naik-5
Tanggal Berita	2021-06-03
Sentimen	Netral

IFG: Dalam 20 tahun ke depan, aset industri asuransi akan naik 5%

Kamis, 03 Juni 2021 / 13:52 WIB



ILUSTRASI: Indonesia Financial Group (IFG)



Reporter: Herlina KD | Editor: Herlina Kartika Dewi

KONTAN.CO.ID - JAKARTA. Indonesia Financial Group (IFG) optimistis bisnis asuransi akan tumbuh semakin besar seiring kenaikan jumlah aset. Bahkan, dalam 20 tahun ke depan, aset industri asuransi diperkirakan naik dari 2% menjadi 5% dari total PDB.

Berdasarkan data International Association of Insurance Supervisors, nilai aset industri asuransi baik dalam bentuk saham dan obligasi sempat mengalami penurunan dan baru menunjukkan perbaikan kinerja pada kuartal IV-2020, terutama sejak ditemukannya vaksin Covid-19.



Namun kenaikan aset tersebut bergantung pada kualitas aset serta besarnya nilai klaim. Dengan kondisi itu, industri asuransi membutuhkan tambahan modal, konsolidasi bisnis serta dukungan sumber daya manusia (SDM) yang mumpuni.

"Selain itu, perbaikan kinerja pasar finansial didukung oleh beragam stimulus moneter maupun fiskal yang dilakukan lembaga keuangan global maupun nasional demi menjaga likuiditas dan memperkecil dampak krisis," kata Komisaris Utama IFG Fauzi Ichsan dalam keterangan resmi, beberapa waktu lalu.

Baca Juga: [Restrukturisasi Jiwasraya Selesai, Pengalihan Polis IFG Life Mulai Akhir Juni 2021](#)

Saat ini, Industri asuransi Indonesia masih didominasi produk asuransi jiwa. OJK, mencatat, industri asuransi jiwa tiga kali lebih besar dibandingkan asuransi umum. Selama tahun 2015-2019, penerimaan premi bruto asuransi jiwa rata-rata tumbuh 6,3% per tahun, sementara non-jiwa tumbuh 6,1%.

Menurutnya, sektor asuransi umum masih memiliki prospek cerah namun bergantung pada perkembangan ekonomi. Apalagi, lebih dari 90% premi berasal dari lini bisnis asuransi kendaraan bermotor, kredit perbankan, properti dan kesehatan atau kecelakaan.

IFG melihat terdapat beberapa tantangan industri asuransi yang harus dihadapi selama pandemi seperti penurunan nilai saham, obligasi dan properti akibat penurunan harga pasar.

Selanjutnya, tantangan kenaikan klaim asuransi, penurunan kebutuhan produk dan penerimaan premi, kebijakan suku bunga rendah yang memperkecil hasil investasi dan turunnya kebutuhan asuransi.

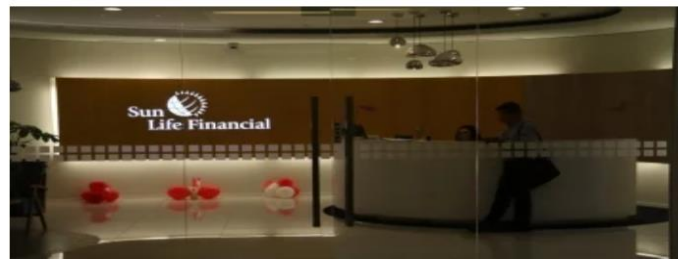
Ke depan, ada banyak hal yang mesti ditingkatkan oleh industri asuransi mulai dari akselerasi platform teknologi informasi (TI), pengembangan kapasitas aktuaris, pembenahan neraca melalui koreksi jumlah dan estimasi klaim serta kenaikan provisi yang menggerus modal.

Selanjutnya, pembuatan regulasi dan implementasi yang berkaitan dengan provisi beban klaim asuransi dan diperketatnya modal minimum. Dengan penguatan industri asuransi, keseimbangan antara perbankan, pasar modal dan non-bank bisa dicapai dalam mendukung pertumbuhan ekonomi.

Judul	MDRT Academy Sambut 670 Agen Asuransi Sun Life Asia
Nama Media	Wartaekonomi.co.id
Newstrend	Asosiasi Profesi Agen Asuransi
Halaman/URL	https://www.wartaekonomi.co.id/read344194/mdrt-academy-sambut-670-agen-asuransi-sun-life-asia
Tanggal Berita	2021-06-03
Sentimen	Netral

MDRT Academy Sambut 670 Agen Asuransi Sun Life Asia

Kamis, 03 Juni 2021, 17:55 WIB



Kredit Foto: Agus Aryanto

WE Online, Bandung - Asosiasi global para tenaga profesional jasa asuransi dan keuangan untuk pengembangan karir, Million Dollar Round Table (MDRT) Academy baru-baru ini menyambut lebih dari 670 agen asuransi Sun Life Asia dari Indonesia, Hong Kong, Filipina, Vietnam, dan Malaysia yang menjadikan Sun Life sebagai anggota MDRT Academy terbanyak saat ini.

Asosiasi ini akan mendukung pelatihan Brighter Gen dan Brighther Pro, serta program pengembangan untuk menunjang tekad **Sun Life** sebagai market leader dalam kualitas tenaga pemasarnya.

MDRT merupakan asosiasi global bagi para profesional industri jasa keuangan yang telah berdiri sejak tahun 1927 di Amerika Serikat. Di Indonesia sendiri, MDRT hadir sejak tahun 1993 dengan jumlah anggota yang terus bertambah setiap tahunnya. **Baca Juga: Kisah Perusahaan Raksasa: Pacific Insurance, Asuransi Besar dari China yang Raup Laba Fantastis**

Menyusul kesuksesan tersebut, MDRT Academy turut diluncurkan pada tahun 2017 yang diperuntukkan untuk membantu tenaga profesional menggapai pencapaian terbaik agar nantinya dapat bergabung bersama MDRT yang akan memberikan gelar bergengsi dan diakui secara internasional bagi tenaga pemasar jasa keuangan.

MDRT Academy dirancang untuk dapat dinikmati secara digital dan bisa diakses kapan pun, di mana pun, melalui situs web dan mobile app. Anggota MDRT Academy dari Indonesia sendiri telah mencapai lebih dari 150 anggota dan akan terus bertambah.

Lebih jauh, pihak MDRT meyakini bahwa MDRT Academy akan membantu Sun Life untuk mengembangkan pelayanannya melalui agen asuransi profesional yang kompeten.

Baca Juga: Masa Pandemi, Industri Asuransi Alami Penurunan

Iklan ditutup oleh Google

"Kami sangat antusias untuk bekerja bersama Sun Life dan kami yakin bahwa MDRT Academy akan membantu tenaga pemasar Sun Life untuk mengembangkan pelayanannya ke depan dengan keahlian yang dibagikan oleh para anggota MDRT berpengalaman," kata MDRT President, Ian Green dalam keterangan resminya, Kamis (3/6/2021).

MDRT Academy menyuguhkan penilaian yang akan membantu anggota lebih dalam memahami kekuatan yang dimilikinya hingga dapat menyesuaikan kepada kebutuhan masing-masing. MDRT Academy juga membantu menyediakan tools untuk melacak kinerja, siaran web bulanan bersama anggota MDRT, Panduan Kinerja, serta ratusan artikel, video, dan episode podcast MDRT. Para anggota MDRT Academy juga berkesempatan untuk menghadiri MDRT Annual Meeting mendatang.

Adapun, Sun life Asia President Leo Grepin menjelaskan Sun Life bertujuan memiliki agen penjualan yang dikenal dengan kualitas profesionalismenya dan MDRT Academy tentunya akan membantu melengkapi program pengembangan agen kami, Brighter Academy, untuk membangun keahlian dan kapabilitas agen dalam perjalanan karirnya yang berawal dari pemula, kemudian MDRT, dan berlanjut sebagai agency manager terkemuka.

"Melalui akses pelatihan terbaik, agen Sun Life dapat meraih ambisi karirnya untuk dapat melayani klien kami lebih baik lagi," katanya.



Diketahui, Sun Life merupakan perusahaan internasional penyedia layanan asuransi dan manajemen aset untuk individu maupun korporat. Sun Life telah beroperasi di berbagai belahan dunia, termasuk Kanada, Amerika Serikat, Britania Raya, Irlandia, Hong Kong, Filipina, Jepang, Indonesia, India, Tiongkok, Australia, Singapura, Vietnam, Malaysia, dan Bermuda. Per 31 Maret 2021, Sun Life telah memiliki total aset yang dikelola sebesar 1.304 miliar dolar Kanada.

Judul	MDRT Academy Sambut Anggota dari Sun Life Asia
Nama Media	Industry.co.id
Newstrend	Asosiasi Profesi Agen Asuransi
Halaman/URL	https://www.industry.co.id/read/86629/mdrt-academy-sambut-anggota-dari-sun-life-asia
Tanggal Berita	2021-06-03
Sentimen	Netral

MDRT Academy Sambut Anggota dari Sun Life Asia

Oleh : **Wiyanto** | Kamis, 03 Juni 2021 - 10:04 WIB



Facebook Twitter LinkedIn WhatsApp LINE

Berita Terkait



Begini Cara Menparekraf Kenalkan Kuliner Nusantara di Selandia Baru

Tiga Pimpinan Bidang Kesehatan Sepakat Tingkatkan Inovasi Terbaru Tes Antigen

Anak Picky Eater, Begini Cara Gya Sadiqah Mengatasinya

INDUSTRY.co.id-Amerika Serikat – Million Dollar Round Table (MDRT) Academy – Asosiasi global para tenaga profesional jasa asuransi dan keuangan untuk pengembangan karir – baru-baru ini menyambut lebih dari 670 agen asuransi Sun Life Asia dari Indonesia, Hong Kong, Filipina, Vietnam, dan Malaysia yang menjadikan Sun Life sebagai anggota MDRT Academy terbanyak saat ini.

Asosiasi ini akan mendukung pelatihan Brighter Gen dan Brighter Pro, serta program pengembangan untuk menunjang tekad Sun Life sebagai market leader dalam kualitas tenaga pemasarnya.

MDRT merupakan asosiasi global bagi para profesional industri jasa keuangan yang telah berdiri sejak tahun 1927 di Amerika Serikat. Di Indonesia sendiri, MDRT hadir sejak tahun 1993 dengan jumlah anggota yang terus bertambah setiap tahunnya. Menyusul kesuksesan tersebut, MDRT Academy turut diluncurkan pada tahun 2017 yang diperuntukkan untuk membantu tenaga profesional menggapai pencapaian terbaik agar nantinya dapat bergabung bersama MDRT yang akan memberikan gelar bergengsi dan diakui secara internasional bagi tenaga pemasar jasa keuangan. MDRT Academy dirancang untuk dapat dinikmati secara digital dan bisa diakses kapan pun, di mana pun, melalui situs web dan mobile app. Anggota MDRT Academy dari Indonesia sendiri telah mencapai lebih dari 150 anggota dan akan terus bertambah.

“Sun Life bertujuan memiliki agen penjualan yang dikenal dengan kualitas profesionalismenya dan MDRT Academy tentunya akan membantu melengkapi program pengembangan agen kami, Brighter Academy, untuk membangun keahlian dan kapabilitas agen dalam perjalanan karirnya yang berawal dari pemula, kemudian MDRT, dan berlanjut sebagai agency manager terkemuka. Melalui akses pelatihan terbaik, agen Sun Life dapat meraih ambisi karirnya untuk dapat melayani klien kami lebih baik lagi,” ucap Leo Grepin, Sun Life Asia President.

Lebih jauh, pihak MDRT meyakini bahwa MDRT Academy akan membantu Sun Life untuk mengembangkan pelayanannya melalui agen asuransi profesional yang kompeten. “Kami sangat antusias untuk bekerja bersama Sun Life dan kami yakin bahwa MDRT Academy akan membantu tenaga pemasar Sun Life untuk mengembangkan pelayanannya ke depan dengan keahlian yang dibagikan oleh para anggota MDRT berpengalaman,” kata Ian Green, MDRT President.

MDRT Academy menyuguhkan penilaian yang akan membantu anggota lebih dalam memahami kekuatan yang dimilikinya hingga dapat menyesuaikan kepada kebutuhan masing-masing. MDRT Academy juga membantu menyediakan tools untuk melacak kinerja, siaran web bulanan bersama anggota MDRT, Panduan Kinerja, serta ratusan artikel, video, dan episode podcast MDRT. Para anggota MDRT Academy juga berkesempatan untuk menghadiri MDRT Annual Meeting mendatang.