



Selasa, 5 Januari 2021

1. Industri Berharap, Hasil Investasi Asuransi Bisa Positif
Kontan / 05-01-2021 Hal. 10

■ INDUSTRI ASURANSI

Industri Berharap, Hasil Investasi Asuransi Bisa Positif

JAKARTA. Kinerja investasi industri asuransi cukup tertekan sepanjang tahun 2020, terdampak pandemi Covid-19. Namun tahun ini diprediksi hasil investasi semakin membaik seiring menggeliatnya kinerja pasar saham akibat pemulihan ekonomi.

Berdasarkan data Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI), imbal hasil investasi melambat sebesar 252,8% pada kuartal III-2020 dengan mencatatkan minus Rp 17,57 triliun. Padahal hasil investasi pada September 2019 mencapai Rp 11,5 triliun.

Direktur Eksekutif AAJI, Togar Pasaribu menyatakan tren perbaikan hasil investasi sudah bergulir sejak kuartal III 2020. Namun, perkembangan kasus Covid-19 masih menjadi acuan pergerakan Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG). "Saya pikir, kita tetap optimistis tapi juga hati-hati. Pertumbuhan investasi di asuransi jiwa sekitar 15% hingga 20%, kita harapkan bisa ke sana dulu," ujar Togar pekan lalu.

Wiroyo Karsono, Ketua Bidang Komunikasi dan Marketing AAJI mengaku, strategi

investasi di 2020 berbeda dengan tahun-tahun sebelumnya. Biasanya penempatan di saham dan reksadana meningkat, tapi tahun lalu menurun.

Pada kuartal ketiga 2020, Surat Berharga Negara (SBN) naik jadi 18,6% dari tahun lalu 15,3%. "Sukuk dari 6,7% jadi 8,9%. Sementara saham turun dari 37,7% hanya tinggal 24,8%. Reksadana juga berkurang sedikit dari 34% jadi 33%," papar Wiroyo.

CEO PT Asuransi Jiwa Generali Indonesia Edy Tuhirman menyebut telah menerapkan strategi *matching lia-*

bility and asset dengan durasi investasi. Hal ini mampu membuat Generali tetap bisa bertahan di tengah krisis pandemi Covid-19.

Generali banyak menempatkan pada instrumen jangka panjang, seperti obligasi pemerintah. Penempatan di obligasi sudah lebih dari 50% dari kewajiban 30%. "Tapi saat ini juga sedang bagus untuk masuk ke saham," tutur Edy, pekan lalu.

Selain itu, guna mengoptimalkan kinerja investasi unit-link, Generali telah memanfaatkan teknologi RoboARMS.

Lewat fitur ini, di tengah kondisi pasar yang tidak menentu, pada November 2020 tercatat sebanyak 98% dari nasabah Generali yang sudah mengaktifkan RoboARMS. Kinerja investasinya di atas IHSG dan bahkan diantaranya mencapai 29% di atas IHSG.

Hingga kuartal III-2020, Generali mencatatkan premi Rp 1,75 triliun, turun 4% yoy dari September 2019 sebanyak Rp 1,83 triliun. Kendati demikian, premi lanjutan masih tumbuh 4% yoy, jadi Rp 1,07 triliun.

Maizal Walfajri

2. IHSG menggeliat, hasil investasi asuransi jiwa diprediksi bisa pulih di 2021 [Kontan.co.id](https://kontan.co.id) / 04-01-2021

KEUANGAN / ASURANSI

IHSG menggeliat, hasil investasi asuransi jiwa diprediksi bisa pulih di 2021

Senin, 04 Januari 2021 / 17:33 WIB



ILUSTRASI. Nasabah mengamati kinerja produk unitlink salah satu asuransi jiwa di Jakarta, Senin (30/11). KONTAN/Carolus Agus Waluyo

Reporter: **Maizal Walfajri** | Editor: **Tendi Mahadi**

KONTAN.CO.ID - JAKARTA. Kinerja investasi industri asuransi cukup tertekan sepanjang 2020 akibat sentimen pandemi Covid-19. Namun tahun ini diprediksi hasil investasi semakin membaik seiring menggeliatnya kinerja pasar saham akibat pemulihan ekonomi dan rencana vaksinasi.

Berdasarkan data Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI), imbal hasil dari investasi mengalami perlambatan sebesar 252,8% pada Kuartal III Tahun 2020 yang mengalami minus Rp 17,57 triliun. Padahal hasil investasi pada September 2019 mencapai Rp 11,50 triliun.

Direktur Eksekutif AAJI Togar Pasaribu menyatakan tren perbaikan hasil investasi sudah bergulir sejak kuartal ketiga 2020. Namun, perkembangan kasus Covid-19 masih menjadi acuan pergerakan IHSG.

"Saya pikir, kita tetap optimis tapi juga hati-hati. Kita berharap dengan adanya vaksin, tidak muluk-muluk. Setidaknya bisa kembali ke sebelum Covid-19. Pertumbuhan investasi di asuransi jiwa itu cukup lumayan, pertumbuhannya sekitar 15% hingga 20%, kita harapkan ke sana dulu," ujar Togar belum lama ini.

Wiroyo Karsono, Ketua Bidang Komunikasi dan Marketing AAJI mengaku strategi investasi di 2020 berbeda dengan tahun-tahun sebelumnya. Bila biasanya penempatan di saham dan reksa dana meningkat, tahun lalu mengalami penurunan.

"Pada kuartal ketiga 2020, Surat Berharga Negara (SBN) itu mengalami kenaikan, jadi 18,6% tahun lalu 15,3%. Sukuk dari 6,7% jadi 8,9%. Sementara saham turun, padahal tahun lalu saham ini sama dengan reksadana 37,7% sekarang tinggal hanya 24,8%. Reksadana juga berkurang sedikit dari 34% jadi 33%," papar Wiroyo.

AAJI mengakui kesulitan untuk menyerap SBN yang telah dikeluarkan oleh pemerintah. Lantaran instrumen investasi ini cukup langka dan juga dikoleksi oleh investor institusi lainnya.

Asosiasi menyarankan agar pemerintah menyiapkan SBN khusus untuk industri asuransi jiwa. Tujuannya, agar dapat memenuhi porsi kewajiban 30% terhadap total portofolio investasi sesuai ketentuan regulator.

Ketua Bidang Keuangan, Pajak, dan Investasi AAJI Simon Imanto menyampaikan guna antisipasi likuiditas jangka panjang, AAJI menyarankan untuk melirik surat utang dari perusahaan BUMN yang bergerak di bidang infrastruktur. Utamanya proyek jalan tol yang sudah berjalan, la menyebut hal ini lebih terukur risikonya.

"Setia pada SBN jangka panjang, kita akan selalu berpartisipasi, karena mendukung asset *liability management* yang ada di industri asuransi jiwa. Namun, selama *unitlink* masih mendominasi, maka strategi investasi sesuai pilihan nasabah," papar Simon.

Hal ini tidak akan terlalu merubah komposisi investasi asuransi jiwa. Ia memprediksi, komposisi saham, reksadana, dan obligasi akan selalu berkisar 65% dari total aset kelolaan.

Asal tahu saja, AAJI mencatatkan *unitlink* memberikan kontribusi 63,9% dari total pendapatan premi. Sedangkan asuransi tradisional hanya 36,1%. Adapun total pendapatan premi industri asuransi jiwa mengalami perlambatan 7,9% dari Rp 145,41 triliun menjadi Rp 133,99 triliun hingga September 2020.

CEO PT Asuransi Jiwa Generali Indonesia Edy Tuhirman menyebut telah menerapkan strategi *matching liability and asset* dengan durasi investasi. Hal ini mampu membuat Generali tetap bisa bertahan di tengah krisis pandemi Covid-19.

"Generali banyak menempatkan pada instrumen jangka panjang, Kita banyak di obligasi pemerintah. Kita ikut mendorong pembangunan di negara ini, kita sudah lebih dari 50% dari kewajiban 30%. Tapi kita juga melihat sekarang ini juga sedang bagus untuk masuk ke saham," tuturnya.

Selain itu, guna mengoptimalkan kinerja investasi *unitlink*, Generali telah memanfaatkan teknologi RoboARMS. Lewat fitur ini, di tengah kondisi pasar yang tidak menentu, pada November 2020 tercatat sebanyak 98% dari nasabah Generali yang sudah mengaktifkan RoboARMS. Kinerja investasinya di atas IHSG dan bahkan diantaranya mencapai 29% di atas IHSG.

Hingga kuartal ketiga 2020, Generali mencatatkan premi Rp 1,75 triliun atau turun 4% yoy dari posisi September 2019 sebanyak Rp 1,83 triliun. Kendati demikian, premi lanjutan masih mampu tumbuh 4% yoy menjadi Rp 1,07 triliun.

Tag Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia Asuransi Jiwa

3. Rendahnya Minat Asuransi Jiwa di Kalangan Masyarakat Kumparan.com / 04-01-2021



NEWS 4 Januari 2021 21:16

Rendahnya Minat Asuransi Jiwa di Kalangan Masyarakat

Konten ini diproduksi oleh Gio Sandi

Dalam kehidupan, kita pasti dikelilingi oleh berbagai macam risiko yang melekat pada diri kita, baik itu risiko kecelakaan maupun risiko kesehatan. Untuk mengalihkan risiko tersebut, kita butuh yang namanya asuransi. Asuransi menurut UU No. 40 Tahun 2014 tentang perasuransian merupakan perjanjian antara 2 pihak yaitu perusahaan asuransi dengan pemegang polis, yang menjadi dasar bagi penerimaan premi oleh perusahaan asuransi untuk memberikan penggantian atau pembayaran kepada pemegang polis. Premi merupakan tarif yang tercantum dalam polis yang ditetapkan oleh perusahaan asuransi terhadap pemegang polis sebagai konsekuensi dari pengalihan risiko yang dilakukan oleh pemegang polis kepada pihak asuransi (Syamsir, 2018). Sedangkan polis, yaitu alat bukti tertulis yang berisikan perjanjian asuransi antara tertanggung dengan penanggung (Yuvanto, 2018).

Tujuan asuransi sendiri yaitu memberikan perlindungan nilai ekonomi kepada seseorang terhadap berbagai risiko kehidupan. Disamping itu, asuransi juga merupakan sebagai salah satu bentuk manajemen risiko dengan cara mengalihkan risiko (transfer of risk) atau membagi risiko (distribution of risk) dari pihak yang memiliki kemungkinan menderita akibat risiko kepada pihak asuransi (Rastuti, 2018).

Dalam asuransi, terdapat beberapa prinsip yang diterapkan, yaitu insurable interest, indemnity, dan utmost good faith. Insurable interest merupakan prinsip kepentingan yang diasuransikan itu harus ada. Kemudian indemnity, yaitu prinsip penanggung (pihak asuransi) memberikan proteksi terhadap kerugian ekonomi tertanggung (pemegang polis) akibat risiko yang dialami. Sedangkan utmost good faith, adalah prinsip kejujuran yang harus dijunjung oleh kedua belah pihak agar tidak terjadi cacat kebendak (Wulansari, 2017).

Asuransi jiwa merupakan salah satu jasa yang diberikan oleh perusahaan asuransi untuk menanggulangi risiko yang berkaitan dengan jiwa atau meninggalnya seseorang yang telah diasuransikan diakibatkan oleh kematian yang menghilangkan pendapatan seseorang. Disamping itu, asuransi jiwa juga merupakan suatu alat sosial ekonomi yang bertujuan untuk pemerataan beban kerugian yang diakibatkan oleh kematian sebelum waktunya dengan cara memungut kontribusi dari masing-masing anggota asuransi yang kemudian diinvestasikan dan didistribusikan keuntungannya kepada ahli waris anggota yang meninggal (Uhm, 2015).

Asuransi jiwa dibagi kedalam 2 jenis, yaitu asuransi jiwa tradisional dan asuransi jiwa unit link. Asuransi jiwa tradisional terbagi lagi menjadi 3, yaitu asuransi jiwa berjangka (term life insurance), asuransi jiwa seumur hidup (whole life insurance), dan asuransi jiwa dwiguna (endowment). Term life insurance yaitu asuransi jiwa yang menyediakan jasa dengan unsur proteksi tanpa adanya unsur tabungan untuk periode tertentu. Kemudian, whole life insurance merupakan asuransi jiwa yang menyediakan jasa untuk seumur hidup yang menyediakan perlindungan bagi keluarga karena penanggung akan memberikan sejumlah uang kepada ahli waris bila meninggal. Lalu, endowment adalah asuransi jiwa yang masa berlakunya dibatasi (misal 5 atau 10 tahun) sebelum peserta meninggal. Sedangkan asuransi jiwa unit link adalah perpaduan proteksi asuransi jiwa dengan investasi yang membuat nasabah dapat memperoleh dua manfaat sekaligus, yaitu perlindungan jiwa dan investasi (Uhm, 2015).

Dalam kurun waktu hampir 10 tahun ini, data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menunjukkan masih rendahnya minat masyarakat Indonesia dalam melindungi diri dan keluarganya serta menurunnya nilai pendapatan premi asuransi jiwa konvensional dari tahun ke tahun. Tepatnya pada kuartal ketiga 2015, telah terjadi penurunan investasi asuransi sebesar 152,7% akibat para pelaku industri asuransi jiwa yang beralih ke portofolio yang lebih aman sebagai investasinya (AAJI, 2015). Selain itu, Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) menyampaikan bahwa penetrasi asuransi jiwa Indonesia pada tahun 2018 kian merosot dari 1,4% menjadi 1,3% (Pratama, 2019).

Hal tersebut terkait dengan pengetahuan masyarakat yang masih rendah mengenai asuransi jiwa. Pengetahuan adalah segala sesuatu yang diketahui yang diperoleh persentuhan panca indera mengenai suatu objek (Nurdzakiah, 2019). Sebuah penelitian menunjukkan sebagian besar masyarakat hanya tau asuransi jiwa sebatas pengalihan risiko kematian saja. Sehingga muncul persepsi masyarakat bahwa asuransi jiwa yang dibeli hanya bisa dinikmati manfaatnya setelah pihak tertanggung meninggal dunia. Disamping itu, masih banyaknya masyarakat yang tidak mengetahui dan memahami hak konsumen jika sebagai nasabah asuransi jiwa (Hermawati, 2011). Sehingga hanya 18% masyarakat yang memahami produk asuransi tersebut dan 12% diantaranya memutuskan untuk membeli polisnya (Adrian, 2015).

Minat merupakan salah satu hal yang mendasari masyarakat dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk. Minat ini didasari oleh kesadaran yang berhubungan dengan pengetahuan masyarakat. Terdapat sebuah penelitian bahwa semakin tinggi tingkat kesadaran, maka semakin tinggi pula minat prospektus untuk membeli asuransi (Suhelmi, 2018). Namun, sayangnya hal itu tidak sejalan dengan minat masyarakat di Indonesia yang rendah untuk membeli asuransi jiwa dikarenakan hanya sekitar 17,5% orang Indonesia di kota-kota besar yang sudah membeli asuransi jiwa (AIA Financial, 2011).

Terdapat faktor yang berperan terhadap minat masyarakat untuk membeli produk asuransi jiwa, baik itu dari luar diri masyarakat (eksternal) maupun dari dalam diri masyarakat tersebut (internal). Faktor eksternal terdiri dari produk, kualitas pelayanan, premi, promosi, dan agen. Terdapat sebuah penelitian yang menunjukkan bahwa produk, premi, dan promosi berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk membeli produk asuransi. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa promosi dan kualitas layanan dapat mempengaruhi minat masyarakat untuk membeli asuransi jiwa masing-masing sebesar 70% (Nasrul, 2014 dan Lumempouw et al., 2019).

Sedangkan, faktor internal terdiri dari penghasilan, pendidikan, usia, jenis pekerjaan, kepercayaan, dan literasi keuangan. Penghasilan mempengaruhi minat masyarakat untuk membeli produk asuransi dikarenakan semakin besar penghasilan atau kekayaan, maka semakin besar kemungkinan harta benda yang dapat hilang atau rusak. Selain itu, semakin tinggi penghasilan seseorang, semakin tinggi alokasi dana untuk asuransi. Hal ini berbeda dengan masyarakat yang memiliki penghasilan rendah dan sebagian besar dihabiskan untuk pemenuhan kebutuhan pokok (Maharani, 2015).

Tingkat Penghasilan berhubungan dengan jenis pekerjaan. Seseorang dengan jenis pekerjaan berisiko rendah memiliki minat yang rendah pula untuk membeli asuransi jiwa, karena mereka merasa nyaman dan pekerjaannya tidak menimbulkan risiko kerja berupa kecelakaan serta kehilangan pekerjaan. Selain itu pendidikan juga berpengaruh karena masyarakat yang enggan membeli asuransi dikarenakan pola pikir dan persepsi mereka yang kurang memikirkan bahwa kehidupan ini penuh ketidakpastian. Selain itu, masyarakat dengan latar belakang pendidikan rendah memiliki akses yang rendah pula terhadap informasi dan pengetahuan tentang asuransi jiwa, sehingga kurang memahami pentingnya memiliki asuransi. Fenomena ini diperparah dengan bonus demografi, dimana populasi usia produktif mencapai 2/3 populasi penduduk Indonesia dan hanya 6-7% milenial yang memiliki asuransi serta sebagianya tidak memiliki pemahaman yang baik tentang asuransi dan kesadaran akan berasuransi (Divianta, 2019).

Hal penting lainnya adalah literasi keuangan. Menurut OJK, sebagian besar populasi Indonesia yang terdiri dari kaum milenial nyatanya memiliki literasi keuangan yang rendah yaitu 32,1% (Tarmizi, 2017). Hal itu juga ditunjang dengan kepercayaan masyarakat terhadap asuransi jiwa, dimana 26,6% masyarakat yang membeli asuransi jiwa memiliki kepercayaan yang tinggi (Everlin dan Dahlan, 2020).

Dari data-data di atas kita dapat menyimpulkan bahwa minat masyarakat Indonesia untuk berasuransi khususnya dalam asuransi jiwa masih rendah. Berbagai alasan telah diutarakan oleh masyarakat terkait keputusan mereka untuk tidak membeli asuransi jiwa. Namun, nampaknya hal tersebut tidak cukup untuk menjadikannya alasan mengingat manfaat asuransi jiwa yang begitu besar yaitu sebagai bentuk perlindungan akan timbulnya kerugian finansial atau kehilangan pendapatan seseorang atau keluarga akibat adanya kematian anggota keluarga (tertanggung) yang menjadi sumber nafkah bagi keluarga tersebut (Pramusinto dan Gunawan, 2013).

Dengan manfaat sebesar itu, diharapkan masyarakat lebih sadar akan pentingnya memiliki asuransi jiwa. Begitu juga dengan perusahaan asuransi jiwa, diharapkan lebih peka terhadap kondisi masyarakat Indonesia yang masih tabu dan kurang familiar akan asuransi jiwa. Oleh karena itu, penting untuk meningkatkan promosi dan menyediakan akses informasi dan pengetahuan mengenai asuransi jiwa kepada berbagai kalangan masyarakat

4. Pasar saham membaik, kinerja investasi asuransi jiwa diramal pulih di tahun ini [Kontan.co.id](https://www.kontan.co.id) / 05-01-2021

Ekonomi

Pasar saham membaik, kinerja investasi asuransi jiwa diramal pulih di tahun ini

Selasa, 05 Januari 2021 | 08:45 WIB | Reporter: Maizal Walfajri



KONTAN.CO.ID - JAKARTA. Kinerja investasi industri asuransi cukup tertekan sepanjang 2020 akibat sentimen pandemi Covid-19. Namun tahun ini diprediksi hasil investasi semakin membaik seiring menggeliatnya kinerja pasar saham akibat pemulihan ekonomi dan rencana vaksinasi.

Berdasarkan data Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI), imbal hasil dari investasi mengalami perlambatan sebesar 252,8% pada Kuartal III Tahun 2020 yang mengalami minus Rp 17,57 triliun. Padahal hasil investasi pada September 2019 mencapai Rp 11,50 triliun.

Direktur Eksekutif AAJI Togar Pasaribu menyatakan tren perbaikan hasil investasi sudah bergulir sejak kuartal ketiga 2020. Namun, perkembangan kasus Covid-19 masih menjadi acuan pergerakan IHSG.

"Saya pikir, kita tetap optimis tapi juga hati-hati. Kita berharap dengan adanya vaksin, tidak muluk-muluk. Setidaknya bisa kembali ke sebelum Covid-19. Pertumbuhan investasi di asuransi jiwa itu cukup lumayan, pertumbuhannya sekitar 15% hingga 20%, kita harapkan ke sana dulu," ujar Togar belum lama ini.

Wiroyo Karsono, Ketua Bidang Komunikasi dan Marketing AAJI mengaku strategi investasi di 2020 berbeda dengan tahun-tahun sebelumnya. Bila biasanya penempatan di saham dan reksa dana meningkat, tahun lalu mengalami penurunan.

"Pada kuartal ketiga 2020, Surat Berharga Negara (SBN) itu mengalami kenaikan, jadi 18,6% tahun lalu 15,3%. Sukuk dari 6,7% jadi 8,9%. Sementara saham turun, padahal tahun lalu saham ini sama dengan reksadana 37,7% sekarang tinggal hanya 24,8%. Reksadana juga berkurang sedikit dari 34% jadi 33%," papar Wiroyo.

AAJI mengakui kesulitan untuk menyerap SBN yang telah dikeluarkan oleh pemerintah. Lantaran instrumen investasi ini cukup langka dan juga dikoleksi oleh investor institusi lainnya.

Asosiasi menyarankan agar pemerintah menyiapkan SBN khusus untuk industri asuransi jiwa. Tujuannya, agar dapat memenuhi porsi kewajiban 30% terhadap total portofolio investasi sesuai ketentuan regulator.

Ketua Bidang Keuangan, Pajak, dan Investasi AAJI Simon Imanto menyampaikan guna antisipasi likuiditas jangka panjang, AAJI menyarankan untuk melirik surat utang dari perusahaan BUMN yang bergerak di bidang infrastruktur. Utamanya proyek jalan tol yang sudah berjalan, la menyebut hal ini lebih terukur risikonya.

"Setia pada SBN jangka panjang, kita akan selalu berpartisipasi, karena mendukung asset *liability management* yang ada di industri asuransi jiwa. Namun, selama *unitlink* masih mendominasi, maka strategi investasi sesuai pilihan nasabah," papar Simon.

Hal ini tidak akan terlalu merubah komposisi investasi asuransi jiwa. Ia memprediksi, komposisi saham, reksadana, dan obligasi akan selalu berkisar 65% dari total aset kelolaan.

Asal tahu saja, AAJI mencatatkan *unitlink* memberikan kontribusi 63,9% dari total pendapatan premi. Sedangkan asuransi tradisional hanya 36,1%. Adapun total pendapatan premi industri asuransi jiwa mengalami perlambatan 7,9% dari Rp 145,41 triliun menjadi Rp 133,99 triliun hingga September 2020.

CEO PT Asuransi Jiwa Generali Indonesia Edy Tuhirman menyebut telah menerapkan strategi *matching liability and asset* dengan durasi investasi. Hal ini mampu membuat Generali tetap bisa bertahan di tengah krisis pandemi Covid-19.

"Generali banyak menempatkan pada instrumen jangka panjang. Kita banyak di obligasi pemerintah. Kita ikut mendorong pembangunan di negara ini, kita sudah lebih dari 50% dari kewajiban 30%. Tapi kita juga melihat sekarang ini juga sedang bagus untuk masuk ke saham," tuturnya.

Selain itu, guna mengoptimalkan kinerja investasi *unitlink*, Generali telah memanfaatkan teknologi RoboARMS. Lewat fitur ini, di tengah kondisi pasar yang tidak menentu, pada November 2020 tercatat sebanyak 98% dari nasabah Generali yang sudah mengaktifkan RoboARMS. Kinerja investasinya di atas IHSG dan bahkan diantaranya mencapai 29% di atas IHSG.

Hingga kuartal ketiga 2020, Generali mencatatkan premi Rp 1,75 triliun atau turun 4% yoy dari posisi September 2019 sebanyak Rp 1,83 triliun. Kendati demikian, premi lanjutan masih mampu tumbuh 4% yoy menjadi Rp 1,07 triliun.

Editor: Tendi Mahadi

Kolaborasi Sun Life dan CIMB Niaga

NERACA

Jakarta – PT Sun Life Financial Indonesia (Sun Life Indonesia) dan PT Bank CIMB Niaga Tbk (CIMB Niaga) menghadirkan terobosan pada produk asuransi kesehatan tambahan, melalui Essentia Medical Care. Produk ini menjadi rider kesehatan pertama yang dihekal fitur pintar yaitu secara otomatis akan menyesuaikan manfaat perlindungan kesehatan sesuai dengan kebutuhan nasabah, baik di usia produktif maupun di usia pensiun.

Saat ini, generasi produktif mengalami tantangan kesehatan yang tidak bisa dianggap sepele. Data Badan Penelitian dan Pengembangan Kesehatan menunjukkan perkembangan penyakit kritis di Indonesia juga kian mengkhawatirkan. Pasalnya peningkatan tren penyakit kritis yang tidak menular diikuti oleh pergeseran pola penyakit, di mana kini mulai mengancam kelompok usia produktif. Seperti diketahui bersama, selain biaya pengobatan yang tergolong tinggi, penyakit kritis tidak menular juga menjadi penyebab kematian yang utama. Data WHO pada 2018 menyebut 73% kematian di dunia disebabkan oleh penyakit tidak menular.

Essentia Medical Care hadir sebagai asuransi komplementer bagi para generasi produktif. Pada umumnya generasi produktif ini sudah memiliki asuransi kumpulan yang diperoleh melalui Perusahaan tempatnya bekerja. Namun, manfaat dan perlindungan yang diberikan terkadang belum mencakup kebutuhan proteksi yang dibutuhkan nasabah. Essentia Medical Care menjadi pilihan, terutama dalam menghadapi risiko penyakit kritis dengan manfaat utama yaitu perlindungan terhadap 4 jenis penyakit kritis di usia produktif: Stroke, Kanker, Jantung dan Gagal Ginjal, sekaligus dapat memberikan perlindungan kesehatan berupa perawatan medis lengkap ketika memasuki usia pensiun.

Presiden Direktur Sun Life Indonesia Elin Waty menyatakan pemenuhan kebutuhan perlindungan keuangan dan kesehatan saat ini telah menjadi sebuah keniscayaan. Meski demikian, pihaknya memahami, kebutuhan perlindungan di setiap tahap kehidupan tidaklah sama. Berbagai penyakit kritis kian mengancam meski di usia produktif, sedangkan memasuki usia pensiun, kebutuhan akan proteksi, khususnya proteksi kesehatan, tentu juga semakin tinggi.

"Inilah yang melandasi kami dalam menghadirkan asuransi tambahan Essentia Medical Care dengan fitur yang kami sebut Auto Switch yang dengan cerdas mampu menyesuaikan manfaat perlindungan sesuai kebutuhan, baik ketika masa produktif, maupun ketika masa pensiun. Saat ini, solusi cerdas ini kami hadirkan khusus bagi nasabah setia CIMB Niaga melalui jalur distribusi bancassurance," katanya, sebagaimana dikutip dalam keterangannya, kemarin.

Direktur Consumer Banking CIMB Niaga Lani Darmawan menyampaikan CIMB Niaga menyambut baik inovasi yang dihadirkan melalui Asuransi X-Tra Essentia Link (AXEL) sebagai produk asuransi jiwa hasil kolaborasi CIMB Niaga dengan Sun Life. "Kesadaran akan perlunya proteksi yang sesuai, mendorong kami untuk menyediakan solusi pintar yang memenuhi kebutuhan proteksi di setiap fase kehidupan. Proteksi terhadap nilai ekonomis yang lebih tinggi pada usia produktif dapat dipenuhi melalui asuransi tambahan Essentia Term Care untuk mengoptimalkan ketenangan pikiran selama usia produktif. Selain itu, kesehatan nasabah CIMB Niaga di setiap fase kehidupan merupakan hal yang penting untuk dilindungi. Oleh karenanya, kami juga menghadirkan asuransi tambahan terbaru lainnya, yaitu Essentia Medical Care, asuransi tambahan yang memberikan proteksi kesehatan atas penyakit kritis di usia produktif dan perlindungan kesehatan komprehensif kelas dunia sejak usia pensiun hingga akhir Masa Asuransi," jelasnya. ● hari

6. AIA Financial Luncurkan AIA Vitality [Beritasatu.com](https://beritasatu.com) / 03-01-2021

Home > Ekonomi

AIA Financial Luncurkan AIA Vitality

Minggu, 3 Januari 2021 | 20:07 WIB

Oleh : Lona Olavia / EHD



President Medix Sigal Atzmon saat Peluncuran Personal Medical Management Service di Jakarta, Jumat (5/7/2019). PT AIA Financial (AIA) dan Medix resmi meluncurkan kemitraan dengan menghadirkan layanan Personal Medical Management bagi nasabah AIA di Indonesia. (Foto: beritasatu)

Jakarta, Beritasatu.com - PT AIA Financial (AIA) meluncurkan AIA Vitality yang merupakan program *health and wellness* yang akan terhubung dengan layanan inti perlindungan jiwa AIA di Indonesia. Program AIA Vitality mencakup empat kunci pilar untuk membantu nasabah fokus dengan perjalanan mereka mewujudkan hidup lebih sehat, lebih lama, lebih baik.

"Setelah sukses diluncurkan di 8 negara AIA di Asia Pasifik, kini AIA Vitality hadir di Indonesia. Saat ini kita tengah menghadapi pandemi global yang belum pernah terjadi sebelumnya. Sebagai bagian dari masyarakat global, kita berusaha sebaik mungkin mengatasi situasi tersebut. Hal ini juga berlaku bagi kami di AIA, dimana kesehatan dan perlindungan semakin menjadi prioritas utama di benak setiap orang," kata Presiden Direktur AIA Sainthan Satyamoorthy dalam konferensi pers virtual, Minggu (3/1/2020).

AIA Vitality, jelasnya mentransformasi cara perseroan dalam menjalankan bisnis asuransi dengan pendekatan *share value model*. Artinya inovasi ini memiliki nilai yang akan memberi dampak positif bukan hanya bagi perusahaan namun juga nasabah, mitra dan masyarakat secara luas.

"Hal ini akan menjadi terobosan di industri, mengubah standar bagaimana perusahaan asuransi memberikan layanan dan perlindungan yang relevan untuk masyarakat. Melalui AIA Vitality, kami ingin terlibat aktif meningkatkan kualitas hidup nasabah, tidak hanya membantu mereka saat menghadapi masa-masa sulit tapi juga memotivasi dan menghargai setiap perubahan kecil yang mereka lakukan untuk gaya hidup lebih sehat melalui rewards yang kami telah siapkan," tambah Sainthan.

Nasabah AIA, tambahanya bisa memilih untuk bergabung dalam AIA Vitality dengan membayar biaya keanggotaan Rp 50.000 per bulan dan membeli produk yang terintegrasi dengan AIA Vitality.

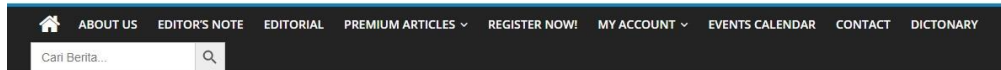
Sementara itu, AIA Indonesia Brand Ambassador Christian Sugiono menambahkan, situasi pandemi meningkatkan kesadaran akan gaya hidup sehat di kalangan masyarakat Indonesia secara signifikan.

"Saya telah diberikan kesempatan untuk mencoba AIA Vitality dan saya sangat yakin ini akan mendorong perubahan perilaku positif dalam jangka panjang tidak hanya karena aksesibilitasnya melalui aplikasi tetapi juga karena informasi dan rekomendasi yang dipersonalisasi sesuai penggunaannya," ungkapnya.

Sumber: BeritaSatu.com

TAG: **PT AIA Financial (AIA)**

7. Awali 2021, AIA Meluncurkan AIA Vitality Mediaasuransinews.co.id / 03-01-2021



News in Brief Produk Asuransi

Awali 2021, AIA Meluncurkan AIA Vitality

January 3, 2021 Media Asuransi 0 Comments Asuransi Jiwa, Layanan Nasabah, Proteksi Kesehatan

Media Asuransi – Banyak cara dilakukan orang atau perusahaan dalam memasuki tahun yang baru. PT AIA Financial (AIA), perusahaan asuransijiwa.com terdepan dan tepercaya di Indonesia, mengawali kegiatan di tahun 2021 dengan meluncurkan AIA Vitality. Program ini, merupakan suatu terobosan program *health & wellness* yang akan terhubung dengan layanan inti perlindungan jiwa AIA di Indonesia.

AIA Vitality diluncurkan secara online hari Minggu, 3 Januari 2021 pukul 15.00 WIB dalam acara All Well Indonesia, dan dapat disaksikan di kanal YouTube AIA Indonesia. Dalam acara ini hadir *President Director* AIA, Sainthan Satyamoorthy, *Global Ambassador* AIA David Beckham yang bergabung secara virtual, *Brand Ambassador* AIA Indonesia Christian Sugiono, duo musisi HONNE, Raditya Dika, dan 4 orang AIA Vitality Pillar Ambassador yakni Anjasmara, Chef Yuda Bustara, Adjie Santosoputro, dan Putri Tanjung.



AIA Vitality merupakan *platform* kesehatan komprehensif yang didukung sains dan terbukti secara ilmiah untuk hasil yang lebih baik dan terukur, serta meningkatkan angka harapan kehidupan. AIA Vitality bekerja dengan 3 tahap utama: *Know Your Health*, *Improve Your Health*, dan *Enjoy the Rewards*, untuk membantu nasabah memonitor dan meningkatkan gaya hidup sehat mereka.

Program AIA Vitality mencakup empat kunci pilar untuk membantu nasabah fokus dengan perjalanan mereka mewujudkan hidup lebih sehat, lebih lama, dan lebih baik. Keempat pilar tersebut adalah *Eat Well*, *Move Well*, *Think Well*, dan *Plan Well*.

Eat well, tentang bagaimana mengatur pola makan yang sehat. *Move well*, tentang berolahraga dan bergerak yang dapat membuat kita lebih aktif dan sehat. *Think well*, tentang bagaimana pikiran yang tetap tenang yang juga akan berpengaruh besar terhadap kesehatan. Sedangkan *plan well*, tentang bagaimana perencanaan hidup yang baik untuk menyambut masa depan.

"Dengan AIA Vitality, Anda dapat menjalani pola hidup sehat sekaligus mendapat *rewards* dari *vitality partners* terkemuka kami. Ini adalah *movement* besar yang kami persembahkan untuk Indonesia," kata *President Director* AIA, Sainthan Satyamoorthy, dalam peluncuran AIA Vitality.

Lebih lanjut dijelaskan bahwa Indonesia merupakan negara ke-9, setelah AIA Vitality sukses diluncurkan di 8 negara AIA di Asia Pasifik. "Saat ini kita tengah menghadapi pandemi global yang belum pernah terjadi sebelumnya. Sebagai bagian dari masyarakat global, kita berusaha sebaik mungkin mengatasi situasi tersebut. Hal ini juga berlaku bagi kami di AIA, bahwa kesehatan dan perlindungan semakin menjadi prioritas utama di benak setiap orang," katanya

Sainthan menuturkan, AIA Vitality mentransformasi cara perseroan dalam menjalankan bisnis asuransi dengan pendekatan *share value model*. Artinya, inovasi ini memiliki nilai (*value*) yang akan memberi dampak positif bukan hanya bagi perusahaan namun juga nasabah, mitra dan masyarakat secara luas. "AIA Vitality juga mempertegas komitmen kami untuk membantu jutaan keluarga di Indonesia hidup lebih sehat, lebih lama, dan lebih baik," jelasnya.

Menurut dia, hal ini akan menjadi terobosan di industri, serta mengubah standar bagaimana perusahaan asuransi memberikan layanan dan perlindungan yang relevan untuk masyarakat. "Melalui AIA Vitality, kami ingin terlibat aktif meningkatkan kualitas hidup nasabah, tidak hanya membantu mereka saat menghadapi masa-masa sulit tapi juga memotivasi dan menghargai setiap perubahan kecil yang mereka lakukan untuk gaya hidup lebih sehat melalui *rewards* yang kami telah siapkan," tambah Sainthan.

Nasabah AIA di Indonesia dapat memilih untuk bergabung dalam AIA Vitality dengan membayar biaya keanggotaan (*membership fee*) sebesar Rp50.000 per bulan dan membeli produk yang terintegrasi dengan AIA Vitality. Program AIA Vitality ini memberi manfaat bagi nasabah dengan berbagi *value* dengan mereka, menawarkan kesempatan mendapatkan *rewards* seperti diskon premi, *cashback*, dan *berbagai voucher* menarik. Ini memberdayakan nasabah, terlepas dari usia, tahap kehidupan atau kondisi kesehatan saat ini.

Lebih lanjut Sainthan mengatakan bahwa ini adalah tentang kualitas hidup. Kebanyakan kita selalu punya alasan untuk menunda menjalani pola hidup yang lebih sehat. "Kami mengerti, mengubah kebiasaan bukan sesuatu yang mudah. Kami ingin menemani Anda memulai bersama langkah demi langkah sederhana, mengubah kebiasaan perlahan-lahan untuk konsisten hidup yang lebih sehat dalam jangka waktu yang panjang. Menghargai setiap perubahan yang Anda lakukan setiap harinya dengan *rewards* menarik yang kami siapkan," jelasnya.

Dalam kesempatan itu, hadir melalui tayangan video, AIA Global Ambassador, David Beckham. Dia mengatakan sangat bangga telah menjalin kemitraan dengan AIA selama bertahun-tahun dan mendukung tujuan AIA untuk membantu masyarakat di Asia Pasifik menjalani kehidupan yang lebih sehat, lebih lama, lebih baik.

Beckham mengingatkan, bagi kita semua, kesehatan kita dan kesehatan mereka yang kita cintai, tidak pernah lebih penting dari saat ini. "Saya melihat langsung betapa pentingnya hal ini bagi teman-teman saya di Indonesia, ketika saya berada di sana saya merasa terhormat untuk meluncurkan kampanye AIA 'Sepak Bola untuk Negeri' dan menghadiri AIA Health Fest," katanya.

Menurut Beckham, sejak itu dia telah bekerjasama dengan AIA untuk membantu menginspirasi, memotivasi, dan mengedukasi masyarakat tentang bagaimana perubahan kecil dalam kebiasaan sehari-hari dapat memberikan dampak positif pada kesehatan dan kebugaran mereka. "Saya sangat menantikan untuk dapat kembali 'secara virtual' di Indonesia untuk mendukung peluncuran AIA Vitality, dan juga berharap untuk dapat kembali mengunjungi negeri Anda yang indah," katanya.

Dalam kesempatan itu, David Beckham menyampaikan tips-tips untuk menjalani hidup yang lebih sehat. Untuk *eat well*, David menyampaikan bahwa dia membuat perubahan kecil. Dia mengaku sering lupa minum air putih yang cukup, sehingga minum air putih lebih banyak dari sebelumnya adalah perubahan kecil yang dia lakukan untuk *eat well*.

Di tahun ini, Beckham mengakui bahwa seperti halnya kebanyakan orang, kebiasaan olahraganya juga mengalami perubahan. Jika biasanya dia pergi ke *gym* dan olahraga bersama teman-temannya, kini tak dapat lagi dilakukan. "Tapi saya menemukan kesenangan dalam melakukan sesuatu yang berbeda. Saya olahraga dengan anak-anak saya karena sekolah mereka libur. Jadi saya bisa bersepeda, lari, atau jalan kaki. Hal-hal kecil itulah yang berubah. Tetapi satu hal yang tidak berubah, saya memastikan untuk berolahraga setiap hari," jelasnya.

Sementara itu, AIA Indonesia Brand Ambassador, Christian Sugiono, mengatakan bahwa pandemi Covid-19 telah meningkatkan kesadaran atas gaya hidup sehat di kalangan masyarakat Indonesia secara signifikan. "Saya telah diberi kesempatan untuk mencoba AIA Vitality dan saya sangat yakin ini akan mendorong perubahan perilaku positif dalam jangka panjang," katanya.

Dia tambahkan, hal itu terjadi tidak hanya karena aksesibilitasnya melalui aplikasi, tetapi juga karena informasi dan rekomendasi yang dipersonalisasi sesuai penggunaannya. "Perjalanan setiap orang untuk mencapai hidup lebih sehat, lebih lama, lebih baik, bervariasi dan AIA Vitality hadir untuk menjadi mitra mereka untuk mencapai hal tersebut," tuturnya. **Edi**

8. AIA Hadirkan AIA Vitality Terobosan Program Health & Wellness itworks.id / 04-01-2021



TOPBUSINESS | MADANINEWS

HOME BUSINESS SOLUTION TELCO DIGITAL E-GOV PRODUCT FORTI ICT PROFILE MORE FOTO



Event

AIA Hadirkan AIA Vitality Terobosan Program Health & Wellness

Penulis Churry | 4 January 2021

Jakarta, ItWorks- Perusahaan asuransi jiwa, PT AIA Financial (AIA) resmi meluncurkan platform aplikasi kesehatan, AIA Vitality sebagai terobosan program health & wellness yang terhubung dengan layanan inti asuransi jiwa AIA di Indonesia. Aplikasi ini bertujuan untuk mendorong pengguna hidup sehat.

AIA sendiri sudah meluncurkan AIA Vitality di 8 negara di Asia Pasifik dengan empat kunci pilar untuk membantu nasabah fokus dengan perjalanan mereka mewujudkan hidup lebih sehat, lebih lama, dan lebih baik. Empat kunci pilar yang ditawarkan adalah program Eat Well, Move Well, Think Well, dan Plan Well. AIA Vitality merupakan platform kesehatan komprehensif yang didukung sains dan terbukti dapat meningkatkan angka harapan kehidupan. AIA Vitality bekerja dengan 3 tahap utama, yakni Know Your Health, Improve Your Health, dan Enjoy the Rewards yang dihadirkan untuk membantu nasabah memonitor dan meningkatkan gaya hidup sehat mereka.

"Saat ini kita tengah menghadapi pandemi global yang belum pernah terjadi sebelumnya. Sebagai bagian dari masyarakat global, kita berusaha sebaik mungkin mengatasi situasi tersebut. Hal ini juga berlaku bagi kami di AIA, di mana kesehatan dan perlindungan semakin menjadi prioritas utama di benak setiap orang. Setelah sukses diluncurkan di 8 negara AIA di Asia Pasifik, AIA Vitality kini hadir di Indonesia," ungkap President Director AIA, Sainthan Satyamorthy pada acara press conference peluncuran AIA Vitality yang dilakukan secara virtual, Minggu, (3/1), di Jakarta.

Sainthan menambahkan, AIA Vitality mentransformasi cara AIA dalam menjalankan bisnis asuransi dengan pendekatan share value model. Program AIA Vitality mencakup empat kunci pilar untuk membantu nasabah fokus dengan perjalanan mereka mewujudkan hidup lebih sehat, lebih lama, lebih baik: Eat Well, Move Well, Think Well, dan Plan Well.

"Inovasi program ini akan memberi dampak positif bukan hanya bagi perusahaan, namun juga nasabah, mitra dan masyarakat secara luas. Program AIA Vitality ini juga mempertegas komitmen kami untuk membantu jutaan keluarga di Indonesia untuk hidup lebih sehat, lebih lama, lebih baik. Hal ini juga menjadi terobosan di industry asuransi, mengubah standar bagaimana perusahaan memberikan layanan dan perlindungan yang relevan bagi nasabah atau masyarakat," ujarnya.

Melalui program AIA Vitality, AIA ingin terlibat aktif meningkatkan kualitas hidup nasabah, tidak hanya membantu mereka saat menghadapi masa-masa sulit, tapi juga memotivasi dan menghargai setiap perubahan kecil yang mereka lakukan untuk gaya hidup lebih sehat melalui rewards yang AIA telah siapkan.

Melalui program ini, nasabah AIA di Indonesia bisa memilih untuk bergabung dalam AIA Vitality dengan membayar biaya keanggotaan (membership fee) Rp 50.000 per bulan dan membeli produk yang terintegrasi dengan AIA Vitality.

AIA Vitality memberi manfaat bagi nasabah dengan berbagi value, menawarkan kesempatan mendapatkan rewards seperti diskon premi, cashback, juga berbagai voucher menarik. Ini akan mampu memberdayakan nasabah, terlepas dari usia, tahap kehidupan atau kondisi kesehatan saat ini.

Dalam kesempatan tersebut, hadir juga Brand Ambassador AIA Indonesia Christian Sugiono. Menurutnya, dari pengalaman, situasi pandemi meningkatkan kesadaran akan pentingnya gaya hidup sehat di kalangan masyarakat.

Sebagai brand ambassador AIA, ia juga telah diberikan kesempatan untuk mencoba AIA Vitality untuk mendukung perubahan perilaku positif untuk menunjang kesehatan. Melalui aplikasi dan aksesibilitasnya, ia mengaku kian dimudahkan karena informasi dan rekomendasi yang dipersonalisasi sesuai penggunaannya yang terdapat di AIA Vitality. (AC)

9. AIA Luncurkan AIA Vitality, Terobosan Program Health & Wellness [Kumparan.com](https://kumparan.com) / 04-01-2021

TEKNO & SAINS · 4 Januari 2021 10:44

AIA Luncurkan AIA Vitality, Terobosan Program Health & Wellness

Konten ini diproduksi oleh kumparan



Peluncuran AIA Vitality, Minggu (3/1) di Indonesia. Foto: Dok. AIA

Perusahaan asuransi jiwa terdepan dan terpercaya di Indonesia, PT AIA Financial (AIA), resmi meluncurkan AIA Vitality secara virtual, Minggu, (3/1). AIA Vitality merupakan suatu terobosan program *health & wellness* yang akan terhubung dengan layanan inti perlindungan jiwa AIA di Indonesia.

Dalam peluncuran tersebut, AIA President Director, Sainthan Satyamoorthy menjelaskan, setelah sukses diluncurkan di 8 negara AIA di Asia Pasifik, AIA Vitality kini hadir di Indonesia.

"Saat ini kita tengah menghadapi pandemi global yang belum pernah terjadi sebelumnya. Sebagai bagian dari masyarakat global, kita berusaha sebaik mungkin mengatasi situasi tersebut. Hal ini juga berlaku bagi kami di AIA, di mana *kesehatan* dan perlindungan semakin menjadi prioritas utama di benak setiap orang," kata Sainthan.

Program AIA Vitality mencakup empat kunci pilar untuk membantu nasabah fokus dengan perjalanan mereka mewujudkan hidup lebih sehat, lebih lama, lebih baik: *Eat Well, Move Well, Think Well, dan Plan Well*.

Sainthan melanjutkan, AIA Vitality mentransformasi cara AIA dalam menjalankan bisnis asuransi dengan pendekatan *share value model*.



AIA President Director, Sainthan Satyamoorthy, di peluncuran AIA Vitality secara virtual, Minggu (3/1). Foto: Dok. AIA

"Artinya inovasi ini memiliki nilai (*value*) yang akan memberi dampak positif bukan hanya bagi perusahaan namun juga nasabah, mitra dan masyarakat secara luas. AIA Vitality juga mempertegas komitmen kami untuk membantu jutaan keluarga di Indonesia hidup lebih sehat, lebih lama, lebih baik. Hal ini akan menjadi terobosan di industri, mengubah standar bagaimana perusahaan asuransi memberikan layanan dan perlindungan yang relevan untuk masyarakat," paparnya.

Melalui AIA Vitality, AIA ingin terlibat aktif meningkatkan kualitas hidup nasabah, tidak hanya membantu mereka saat menghadapi masa-masa sulit, tapi juga memotivasi dan menghargai setiap perubahan kecil yang mereka lakukan untuk gaya hidup lebih sehat melalui *rewards* yang AIA telah siapkan.

AIA Vitality merupakan platform kesehatan komprehensif yang didukung sains dan terbukti dapat meningkatkan angka harapan kehidupan. AIA Vitality bekerja dengan 3 tahap utama, yakni *Know Your Health, Improve Your Health*, dan *Enjoy the Rewards* untuk membantu nasabah memonitor dan meningkatkan gaya hidup sehat mereka.

Nantinya, nasabah AIA di Indonesia bisa memilih untuk bergabung dalam AIA Vitality dengan membayar biaya keanggotaan (*membership fee*) Rp 50.000 per bulan dan membeli produk yang terintegrasi dengan AIA Vitality.

AIA Vitality memberi manfaat bagi nasabah dengan berbagi *value*, menawarkan kesempatan mendapatkan *rewards* seperti diskon premi, *cashback*, juga berbagai voucher menarik. Ini memberdayakan nasabah, terlepas dari usia, tahap kehidupan atau kondisi kesehatan saat ini.

Dalam peluncuran tersebut, hadir juga AIA Indonesia Brand Ambassador, Christian Sugiono. Dalam sambutannya, Christian mengatakan, situasi pandemi meningkatkan kesadaran akan gaya hidup sehat di kalangan masyarakat Indonesia secara signifikan.



Christian Sugiono di peluncuran AIA Vitality, Minggu (3/1). Foto: Dok. AIA

"Saya telah diberikan kesempatan untuk mencoba AIA Vitality dan saya sangat yakin ini akan mendorong perubahan perilaku positif dalam jangka panjang tidak hanya karena aksesibilitasnya melalui aplikasi tetapi juga karena informasi dan rekomendasi yang dipersonalisasi sesuai penggunaannya. Perjalanan setiap orang untuk mencapai hidup lebih sehat, lebih lama, lebih baik bervariasi dan AIA Vitality hadir untuk menjadi mitra mereka untuk mencapai hal tersebut," kata Christian.

Penasaran seperti apa keseruan peluncurannya? Jangan khawatir, bagi kamu yang ketinggalan menyaksikan peluncuran AIA Vitality di Indonesia, kamu bisa menyaksikannya kembali melalui tayangan video di bawah ini.



Artikel ini merupakan bentuk kerja sama dengan AIA Indonesia

[Kesehatan](#) [Milenial](#) [Asuransi](#) [Asuransi Jiwa](#) [AIA](#)

10. AIA Optimalkan Program Health & Wellness

[Marketeers.com](https://www.marketeers.com) / 04-01-2021

AIA Optimalkan Program Health & Wellness



By Clara Ermaningtiastuti

Posted on January 4, 2021



PT AIA Financial (AIA) resmi meluncurkan AIA Vitality sebagai terobosan program *health & wellness*. Program ini bisa dimanfaatkan nasabah untuk terhubung dengan layanan inti perlindungan jiwa AIA di Indonesia.

AIA Vitality mengusung empat pilar untuk membantu nasabah fokus untuk mewujudkan hidup yang lebih sehat dan tentunya lebih baik. Pilar-pilar tersebut adalah *Eat Well*, *Move Well*, *Think Well*, dan *Plan Well*.

“AIA Vitality mentransformasi cara kami dalam menjalankan bisnis asuransi dengan pendekatan *share value model*. Artinya, inovasi ini memiliki nilai (*value*) yang akan memberi dampak positif bukan hanya bagi perusahaan namun juga nasabah, mitra, dan masyarakat secara luas,” ungkap Presiden Direktur AIA Sainthan Satyamoorthy.

Melalui AIA Vitality, AIA ingin terlibat aktif meningkatkan kualitas hidup nasabah, tidak hanya membantu mereka di saat menghadapi waktu sulit. Tetapi, AIA ingin memotivasi dan menghargai setiap perubahan kecil yang nasabah lakukan untuk mencapai gaya hidup lebih sehat lewat *rewards* yang disediakan.

“Saya telah mencoba AIA Vitality dan saya yakin program ini dapat mendorong perubahan perilaku positif dalam jangka panjang. Tidak hanya karena aksesibilitasnya melalui aplikasi tetapi juga karena informasi dan rekomendasi yang dipersonalisasi sesuai penggunaannya,” tutur Brand Ambassador AIA Indonesia Christian Sugiono.

Nasabah yang ingin bergabung dengan program ini bisa membayar biaya keanggotaan sebesar Rp 50.000 per bulan dan membeli produk yang terintegrasi dengan AIA Vitality. Manfaat yang diberikan pun beragam mulai dari *rewards* seperti diskon premi, *cashback*, hingga berbagai voucher menarik yang tidak selalu berkaitan dengan kesehatan tetapi juga hiburan.

Editor: Ramadhan Triwijanarko