

Senin, 5 Juli 2021

FM-CC-AAJI-006-00

Judul	BERITA FOTO – Penurunan Jumlah Nasabah
Nama Media	Investor Daily
Newstrend	Jumlah Nasabah Asuransi Jiwa
Halaman/URL	22
Tanggal Berita	2021-07-05
Sentimen	Netral



Beritasatu Photo/Uthan A Rachim

Penurunan Jumlah Nasabah

Petugas melayani nasabah di salah satu counter asuransi jiwa di Jakarta, belum lama ini. Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI), mencatat jumlah tertanggung atau nasabah asuransi jiwa berkurang 4,7% atau setara 3,15 juta orang pada kuartal pertama 2021. Terjadi penurunan dari 67,02 juta menjadi 63,87 juta orang secara tahunan (yoy).

Judul	Klaim Asuransi COVID-19 Terus Naik
Nama Media	Fajar
Newstrend	Klaim Asuransi Jiwa Terkait COVID-19
Halaman/URL	3
Tanggal Berita	2021-07-05
Sentimen	Positif

Klaim Asuransi Covid-19 Terus Naik

MAKASSAR, FAJAR — Sejalan dengan lonjakan kasus Covid-19, klaim asuransi jiwa turut mengalami kenaikan. Manfaat asuransi sangat dirasakan masyarakat.

Data Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI), klaim Covid-19 yang telah dibayarkan senilai Rp 1,46 triliun. Pembayaran klaim itu telah dibayarkan kepada 24.997 polis.

Ketua Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) Sulsel, Andy Anwar, mengatakan, klaim asuransi kesehat-

an cenderung naik di masa pandemi Covid-19. Menurut dia, virus korona yang memakan banyak korban mendongkrak industri asuransi. "Ini sudah sangat wajar dilakukan setiap orang yang memiliki asuransi," kata Anwar, kemarin.

Kenaikan permintaan klaim, kata Anwar tak bisa terhindarkan. Data menunjukkan hal demikian bahwa banyak korban atas kasus Covid-19 yang telah mengklaim asuransi mereka.

Di Sulsel sendiri Anwar belum bisa merinci berapa banyak klaim asuransi yang ada. Pihaknya masih menunggu laporan dari setiap perusahaan asuransi ke AAJI pusat. "Datanya saya masih menunggu AAJI pusat untuk kirim ke saya," jelasnya.

Terpisah, Kepala Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Regional VI Sulawesi, Maluku dan Papua (Sulampua), Moh Nurdin Subandi berharap agar klaim yang diajukan segera diselesaikan pihak asuransi. "Semoga klaim yang di-

ajukan itu dapat segera terselesaikan," ujar Subandi.

Ia menjelaskan, berdasarkan laporan yang diterima OJK Regional IV, sebagian besar klaim asuransi kesehatan khususnya terkait kasus Covid-19, sebagian besar telah terselesaikan. Sementara sebagian kecil lainnya masih dalam tahap proses penyelesaian.

"Berdasarkan informasi dari kantor pusat dan AAJI sebagian besar klaim status selesai dan sisanya dalam proses," jelasnya. **(maj/dir)**

Judul	3i-Networks, Inovasi Memasyarakatkan Asuransi
Nama Media	Info Bank
Newstrend	Sistem Pemasaran Produk Asuransi
Halaman/URL	D
Tanggal Berita	2021-07-02
Sentimen	Netral



3i-Networks, Inovasi Memasyarakatkan Asuransi

Sejak tahun 2014 hingga Mei 2021, 3i-Networks telah menghasilkan 1,3 juta pemegang polis. Hal ini juga menunjukkan tidak kurang dari 1,3 juta anggota masyarakat telah memiliki asuransi jiwa. Dengan kata lain, di dalam 3i-Networks satu pihak memiliki asuransi, dipihak yang lain menjadi agen apabila lulus ujian lisensi AAJI. Dengan banyaknya anggota yang di satu pihak memiliki asuransi, dan pada saat yang bersamaan anggota juga memasarkan asuransi, berarti semakin banyak pula masyarakat yang mengerti asuransi dan tertarik untuk merasakan manfaat asuransi.

Berawal dari sebuah visi untuk memperkenalkan asuransi ke lebih banyak orang. Di tahun 2014 CAR Life Insurance berinovasi membentuk 3i-Networks. Freddy Thamrin selaku Direktur utama CAR Life Insurance mengatakan 3i-Networks adalah sistem pemasaran asuransi melalui distribusi keagenan untuk menawarkan kepada masyarakat supaya memiliki perlindungan dalam bentuk asuransi/proteksi, investasi (Unit Link) atau Produk Asuransi Yang Dikaitkan dengan Investasi-PAYDI, dan ketika pemegang polis sebagai Agen Asuransi dengan mengikuti peraturan keagenan yang berlaku (memiliki lisensi AAJI) diharapkan memperoleh penghasilan yang tidak terbatas. Dengan demikian, diharapkan lebih banyak masyarakat yang bisa merasakan manfaat asuransi.

Pada kuartal 1 - 2021, Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) mencatat jumlah agen asuransi jiwa di Indonesia telah mencapai 610.744 orang. AAJI sendiri sejak 2017 telah membuat program 10 juta Agen, dan CAR Life Insurance melalui 3i-Networks turut berkontribusi untuk mewujudkannya.

Jika kita melihat pertumbuhan jumlah agen 3i-Networks sejak tahun 2014 hingga Mei 2021 tercatat total agen mencapai 50.603 orang agen. Penambahan jumlah agen ini tentunya diikuti juga oleh penambahan jumlah pemegang polis. Dengan bertambahnya pemegang polis diharapkan semakin banyak masyarakat mengerti manfaat asuransi.

Jika kita lihat dari profil anggota keagenan 3i-Networks, mayoritas berada



di usia produktif mulai dari usia 26 – 35 tahun dan tersebar di seluruh Indonesia. Jumlah terbanyak ada di Jawa Barat, Jawa Tengah, DKI Jakarta, Jawa Timur, Bali, Sumatera Utara, NTT, dan NTB. Profil ini menandakan semakin meluasnya pengetahuan asuransi, tidak hanya di Jawa atau Sumatera, melainkan sudah merambah Indonesia Tengah dan Timur.

Dalam keagenan 3i-Networks produk yang ditawarkan adalah PAYDI dengan nama CAR Link Pro Mixed, premi yang ditawarkan mulai dari Rp 350.000,- per bulan. Dengan membayar premi selama lima tahun, maka tertanggung akan mendapatkan perlindungan asuransi jiwa dalam bentuk uang pertanggungan sebesar Rp 21.000.000 ditambah akumulasi investasi. Apabila pembayaran belum mencapai lima tahun dan tertanggung meninggal dunia, uang pertanggungan tetap akan dibayarkan penuh.

Produk CAR Link Pro Mixed merupakan produk asuransi yang tidak hanya memberikan manfaat asuransi atau proteksi melainkan menambahkan

unsur investasi. Di dalam premi yang dibayarkan ada bagian yang dialokasikan untuk investasi dan dikelola oleh Manajer Investasi agar nilai investasi tersebut berkembang optimal.

“Sejak 3i-Networks berdiri pada 2014 total uang pertanggungan yang CAR Life Insurance bayarkan untuk 3i-Networks hingga Mei 2021 mencapai ± Rp 103 Miliar dan nilai tunai investasi sebesar ± Rp 1,1 Triliun. Hal ini menjadi bukti komitmen CAR Life Insurance memberikan pelayanan terbaik, juga membantu ekonomi bagi keluarga yang ditinggalkan” ujar Freddy.

Lalu melihat situasi saat ini dimana kita masih di masa Pandemi Covid-19, perekonomian dan industri bergejolak. Bahkan adanya PHK dan pemotongan gaji yang mungkin tidak bisa dielakkan. 3i-Networks bisa menjadi pilihan masyarakat untuk mendapatkan income. Selain itu kita juga bisa belajar dari pandemi ini, bahwa tidak ada sesuatu yang dapat kita perkirakan datangnya. Betapa pentingnya berasuransi untuk meminimalisir risiko yang akan terjadi. ●

Judul	Sequis Life Catat Premi Rp3,162 Triliun Pada 2020 dan Kuartal 1/2021
Nama Media	Suarapubliknews.net
Newstrend	Kinerja Perusahaan Asuransi Jiwa
Halaman/URL	https://suarapubliknews.net/sequis-life-catat-premi-rp3162-triliun-pada-2020-dan-kuartal-1-2021/
Tanggal Berita	2021-07-04
Sentimen	Netral

Bisnis, Nasional

Sequis Life Catat Premi Rp3,162 Triliun Pada 2020 dan Kuartal 1/2021

ON 4 JULI 2021 17:18 TIDAK ADA KOMENTAR

JAKARTA (Suarapubliknews) – PT Asuransi Jiwa Sequis Life (Sequis Life) masih tetap membukukan kinerja positif selama tahun 2020 dengan mencatat Total Pendapatan Premi sebesar Rp3,162 triliun dan Laba Bersih sebesar Rp716,7 miliar.

Aset yang dimiliki naik 6% dari tahun 2019 menjadi Rp 19,9 triliun. Rasio solvabilitas (Risk Based Capital/RBC) perusahaan tercatat 567%, lebih besar dari standar kecukupan modal yang ditetapkan oleh OJK.

Sepanjang tahun 2020, perusahaan pun telah membayarkan Klaim dan Manfaat kepada nasabahnya sebesar Rp881,4 miliar. Sepanjang tahun 2020 sampai dengan bulan Mei 2021, Sequis juga telah membayarkan total klaim kematian dan kesehatan terkait dengan covid-19 sebesar lebih dari Rp 141 miliar.



President Director & CEO PT Asuransi Jiwa Sequis Life Tatang Widjaja mengatakan bahwa perusahaan terus memastikan investasi terkelola dengan baik walaupun dalam kondisi ketidakpastian pada masa pandemi, termasuk berbagai risiko krisis global. Katanya lagi, Sequis menerapkan prinsip kehati-hatian dalam menetapkan instrumen investasi agar kinerjanya pada jangka panjang dapat sejalan dengan pengelolaan risiko.

"Kami terus berupaya mengelola investasi dengan bijak agar kinerja investasi tetap bisa berkembang dengan baik sehingga kekuatan finansial keuangan terjaga. Terutama bagi nasabah yang memiliki produk asuransi berbasis investasi (unit link), sedangkan pengelolaan investasi untuk produk asuransi tradisional dilakukan secara agregat (pool of fund). Hal ini dilakukan agar aset dapat dikelola lebih efisien seiring dengan penerapan disiplin manajemen aset liabilitas (ALM) sehingga dana investasi dapat ditempatkan Sequis dengan kesanggupan terbaik pada aset-aset dengan profil arus kas dan durasi yang sesuai dengan liabilitas perusahaan," katanya.

Sementara kinerja perusahaan di kuartal 1/2021 mengalami sedikit perlambatan dibandingkan tahun sebelumnya. Namun, laporan keuangan konsolidasi menunjukkan Sequis berhasil membukukan Total Pendapatan Premi sebesar Rp789,9 miliar, sedangkan Klaim dan Manfaat yang telah dibayarkan sebesar Rp276 miliar.



Sequis tetap berupaya mengoptimalkan strategi investasi dan mengutamakan disiplin pengelolaan risiko sebagai prioritas teratas. Nilai yang masih positif dalam kondisi ketidakpastian pada masa pandemi covid-19 menjadi kekuatan bagi perusahaan untuk mendorong karyawan dan tenaga pemasar agar dapat bekerja lebih keras dan terus berinovasi.

Upaya yang dilakukan Sequis agar perusahaan dapat menyeimbangkan produk asuransi unit link dan asuransi tradisional selain melakukan strategi optimalisasi produk yang sudah ada (existing product), perusahaan juga berupaya meningkatkan pemasaran lewat kanal digital.

Sequis juga terus melakukan peningkatan pada layanan digital demi memberikan kemudahan bagi nasabah mendapatkan informasi terkait kesehatan dan perencanaan keuangan dengan meluncurkan aplikasi Sequis App yang dapat diunduh melalui App Store atau Google Play.



Pada periode 30 April – 30 Oktober 2021 Sequis meluncurkan Post Vaccination Program yang memberikan Manfaat Biaya Perawatan Rawat Inap di rumah sakit bila terjadi efek samping vaksinasi covid-19. Sequis juga memberikan Manfaat Meninggal Dunia apabila Tertanggung meninggal dunia akibat efek samping dari vaksinasi covid-19. (q cox, tama dinie)

Judul	Allianz Indonesia Hadirkan Produk Asuransi Syariah AlliSyah AMAN
Nama Media	Industry.co.id
Newstrend	Produk Asuransi Jiwa Syariah Tradisional
Halaman/URL	https://www.industry.co.id/read/88420/allianz-indonesia-hadirkan-produk-asuransi-syariah-allisya-aman
Tanggal Berita	2021-07-03
Sentimen	Netral

Allianz Indonesia Hadirkan Produk Asuransi Syariah AlliSyah AMAN

Oleh : **Hariyanto** | Sabtu, 03 Juli 2021 - 19:20 WIB



PT Asuransi Allianz Life (IST)



A A A

Berita Terkait



Pembangunan Proyek Terbesar, Pipa Minyak Rokan, Pertagas Berkomitmen Selesaikan Tepat Waktu

Rawan Kejahatan Siber, Masyarakat Indonesia Harus Pahami Keamanan Data Pribadi dan Identitas Digital

Hebat! Anak Buah Anies Baswedan Bikin Warga Ibu Kota Tenang, Ternyata Ini yang Dilakukan

INDUSTRY.co.id - Jakarta - Allianz Indonesia menghadirkan AlliSyah AMAN, yaitu produk asuransi jiwa tradisional syariah yang memberikan solusi perlindungan Asuransi Kematian dan Penyakit Kritis untuk mempersiapkan kondisi finansial peserta di masa depan.

Dengan konsep pengelolaan syariah di mana para peserta dapat saling melindungi dengan risiko yang ditanggung bersama, pembayaran kontribusi pun dilakukan secara berkala oleh peserta untuk mengamankan perlindungan dari risiko yang tidak diinginkan.

"Situasi pandemi saat ini menyadarkan kita semua akan pentingnya proteksi yang AMAN. Asuransi syariah dapat memberikan nilai tambah untuk berbuat baik kepada orang lain di luar perlindungan bagi diri sendiri dan keluarga," jelas Yoga Prasetyo, Pimpinan Unit Usaha Syariah Allianz Life Indonesia yang dikutip [INDUSTRY.co.id](https://www.industry.co.id), Sabtu (3/7/2021).

"Melalui AlliSyah AMAN, masyarakat dapat memiliki proteksi dari risiko finansial akibat kematian dan penyakit kritis dengan mengedepankan rasa AMAN melalui santunan dari peserta lainnya. Hal ini erat dengan budaya tolong menolong dan nilai kebersamaan yang tinggi pada masyarakat Indonesia," tutupnya.

AlliSyah AMAN menyediakan lima manfaat utama bagi peserta Allianz Syariah, di antaranya 100% santunan asuransi jika terdiagnosa satu dari 77 penyakit kritis yang meliputi biaya perawatan, biaya pemulihan, serta biaya selama tidak bekerja, 200% santunan asuransi jika meninggal dunia akibat bukan kecelakaan, 300% santunan asuransi jika meninggal dunia akibat kecelakaan, 400% santunan asuransi jika meninggal dunia akibat kecelakaan saat menggunakan transportasi umum, serta 500% santunan asuransi jika peserta meninggal dunia akibat kecelakaan pada saat menunaikan ibadah haji dan ibadah umroh di Saudi Arabia.

Selain itu, terdapat manfaat potensi saldo tabungan yang terbentuk pada akhir kontrak jika pihak yang diasuransikan masih hidup hingga usia 86 tahun di tanggal akhir polis asuransi syariah. AlliSyah AMAN juga memberikan fleksibilitas kepada peserta dalam pemilihan masa pembayaran kontribusi, yaitu 5, 10, 15, dan 20 tahun atau setara dengan masa asuransi.

Judul	Mencari Proteksi dan Persiapan Dana Pensiun? Simak Produk Terbaru Allianz Syariah
Nama Media	Bisnis.com
Newstrend	Produk Asuransi Jiwa Syariah Tradisional
Halaman/URL	https://finansial.bisnis.com/read/20210702/215/1412926/mencari-proteksi-dan-persiapan-dana-pensiun-simak-produk-terbaru-allianz-syariah
Tanggal Berita	2021-07-02
Sentimen	Netral

Home • Finansial • Asuransi

Mencari Proteksi dan Persiapan Dana Pensiun? Simak Produk Terbaru Allianz Syariah

Pimpinan Unit Usaha Syariah Allianz Yoga Prasetyo menjelaskan bahwa pandemi Covid-19 membuat masyarakat menghadapi berbagai risiko yang tidak pasti. Risiko kesehatan, seperti penyakit kritis, dapat berpengaruh terhadap produktivitas dan kesejahteraan keluarga.

Wibi Prangestu Pratama - Bisnis.com
02 Jul 2021 | 15:15 WIB



Nasabah berinteraksi di depan logo Allianz di Jakarta, Senin (1/7/2021). Berita - Abdiurrahman

Bisnis.com, JAKARTA — PT Asuransi Allianz Life Indonesia meluncurkan asuransi jiwa syariah AliSyia AMAN, produk tradisional yang menawarkan proteksi kematian dan penyakit kritis. Produk itu pun memiliki manfaat persiapan kondisi finansial di masa depan.

Pimpinan Unit Usaha Syariah Allianz Yoga Prasetyo menjelaskan bahwa pandemi Covid-19 membuat masyarakat menghadapi berbagai risiko yang tidak pasti. Risiko kesehatan, seperti penyakit kritis, dapat berpengaruh terhadap produktivitas dan kesejahteraan keluarga.

Allianz pun menerbitkan produk asuransi jiwa tradisional syariah AliSyia AMAN untuk mengantisipasi berbagai risiko tersebut. Nasabah bisa mendapatkan solusi perlindungan asuransi kematian dan penyakit kritis, serta persiapan dana masa depan.

"Situasi pandemi saat ini menyadarkan kita semua akan pentingnya proteksi yang AMAN. Asuransi syariah dapat memberikan nilai tambah untuk berbuat baik kepada orang lain di luar perlindungan bagi diri sendiri dan keluarga," ujar Yoga dalam keterangan resmi yang diperoleh *Bisnis* pada Jumat (2/7/2021).



Menurutnya, produk AliSyia AMAN menyediakan lima manfaat utama bagi peserta Allianz Syariah. Pertama, yakni 100% santunan asuransi jika nasabah terdiagnosa satu dari 77 penyakit kritis yang meliputi biaya perawatan, biaya pemulihan, serta biaya selama tidak bekerja.

Kedua, terdapat 200% santunan asuransi jika nasabah meninggal dunia akibat bukan kecelakaan. Ketiga, terdapat 300% santunan asuransi jika nasabah meninggal dunia akibat kecelakaan. Keempat, terdapat 400% santunan asuransi jika nasabah meninggal dunia akibat kecelakaan saat menggunakan transportasi umum.

| Baca Juga : Allianz Kepicut Asuransi Digital, Kenalkan OptimAll

Kelima, terdapat manfaat 500% santunan asuransi jika peserta meninggal dunia akibat kecelakaan pada saat menunaikan ibadah haji dan ibadah umroh di Saudi Arabia.



Selain itu, terdapat manfaat potensi saldo tabungan yang terbentuk pada akhir kontrak jika pihak yang diasuransikan masih hidup hingga usia 80 tahun di tanggal akhir polis asuransi syariah.

Dengan konsep pengelolaan syariah, para peserta dapat saling melindungi dengan risiko yang ditanggung bersama. Pembayaran kontribusi pun dilakukan secara berkala oleh peserta untuk mengamankan perlindungan dari risiko yang tidak diinginkan.

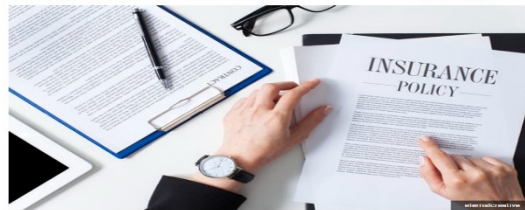
| Baca Juga : Teryata Industri Asuransi Indonesia Lemah Karena Hal Ini

"AliSyia AMAN juga memberikan fleksibilitas kepada peserta dalam pemilihan masa pembayaran kontribusi, yaitu 5, 10, 15, dan 20 tahun atau setara dengan masa asuransi," ujar Yoga.

Judul	Asuransi Jiwa Berjangka Vs Asuransi Jiwa Seumur Hidup, Bagus Mana?
Nama Media	Cerdasbelanja.grid.id
Newstrend	Edukasi Calon Nasabah Asuransi Jiwa
Halaman/URL	https://cerdasbelanja.grid.id/read/522768032/asuransi-jiwa-berjangka-vs-asuransi-jiwa-seumur-hidup-bagus-mana?page=all
Tanggal Berita	2021-07-02
Sentimen	Netral

Asuransi Jiwa Berjangka Vs Asuransi Jiwa Seumur Hidup, Bagus Mana?

Maria Ermilinda Hayon - Jumat, 2 Juli 2021 | 12:00 WIB



Asuransi untuk keluarga

Amalan ramal membantu beli Replika ROL-52 diskon 30% hari ini

Manis 88 tahun dengan Wajah Bayi: Disi sebelum Tidur



Sponsored by

Cerdasbelanja.id - Sudahkah kamu memasukkan asuransi ke dalam perencanaan keuangan keluarga?

Jika belum, yuk cepat-cepat anggarkan dana untuk asuransi. Penting, lho.

Baca Juga:

Hari Terakhir! Promo Asuransi Kecelakaan Diri Garda Me Diskon 20%

Bukan hanya bisa melindungi diri sendiri, tapi juga melindungi keluarga dari risiko kerugian finansial.

Salah satu asuransi dasar yang wajib dimiliki adalah asuransi jiwa.

Tapi produk asuransi jiwa ada banyak jenisnya, di antaranya asuransi jiwa berjangka dan seumur hidup.

Mana yang tepat ya?

Baca Juga:

Lebih Aman, Allianz Hadirkan Produk Asuransi Syariah Allisya AMAN

Agar dapat memilih dengan tepat, kita wajib memahaminya dulu, mulai dari jenis perlindungan, premi, termasuk jenis sistem pembayarannya, berjangka atau seumur hidup.

Secara umum, asuransi jiwa berperan untuk melindungi keluarga dari timbulnya kerugian finansial atau hilangnya pendapatan akibat adanya kematian anggota keluarga (tertanggung)—biasanya pencari nafkah bagi keluarga.



Dilansir dari NOVId, produk asuransi jiwa berjangka atau term life insurance adalah produk asuransi yang memberikan masa pertanggungan yang bisa diatur sesuai dengan jangka waktu yang diinginkan, mulai dari 5 hingga 30 tahun dengan premi tetap.

Baca Juga: Potensi Besar, Adira dan Cermati Hadirkan Asuransi Mobil Syariah

Tentunya dengan kesepakatan antara pemegang polis dan perusahaan asuransi.

Sedangkan asuransi seumur hidup atau whole life insurance adalah asuransi yang dapat memberikan manfaat perlindungan seumur hidup.

Hada umumnya manfaat perlindungan hingga tertanggung berumur 99-100 tahun, jadi sebaiknya kita pilih yang mana?

Baca Juga:

Apa Itu Asuransi Allisya Protection Plus? Serta Simak Keunggulannya



"Tertanggung dari prioritas keluarga saat ini. Asuransi seumur hidup bisa dipilih untuk keperluan warisan, karena jumlah pertanggungannya pasti dan bisa dituliskan untuk ahli waris yang dipilih. Pertanggungan seumur hidup berarti lebih panjang dari asuransi berjangka yang relatif lebih pendek periode asuransinya," ujar Kunu Zukarnen, Chief Marketing Officer Allianz Life Indonesia dalam kuliah WhatsApp "Dompet Aman Hidup: Jenteram" kerja sama Allianz dengan NOVId.

Yup, kembali lagi pada konsultasi dan kebutuhan kita.

Penting untuk mempelajari produk asuransi sebelum membelinya, ya.

Supaya aman, nyaman dan tetap jadi pintar atur uang. (*)

Judul	BERITA FOTO – Portal Distribusi Asuransi Digital Optimall
Nama Media	Bisnis Indonesia
Newstrend	Layanan Asuransi Digital
Halaman/URL	15
Tanggal Berita	2021-07-05
Sentimen	Netral

■ PORTAL DISTRIBUSI ASURANSI DIGITAL OPTIMALL



Bisnis/Suselo Jati

Karyawan melayani nasabah di kantor Allianz Life Indonesia di Jakarta, pekan lalu. PT Asuransi Allianz Life Indonesia meluncurkan portal distribusi asuransi digital OptimAll. Melalui kanal tersebut masyarakat

dapat mengakses berbagai produk perlindungan mulai dari asuransi kesehatan, asuransi jiwa, hingga asuransi umum secara daring tanpa perlu melakukan tatap muka dengan tenaga pemasaran.

Judul	4 Strategi Tingkatkan Literasi dan Inklusi Industri Asuransi
Nama Media	Okezone.com
Newstrend	Tingkat Literasi dan Inklusi Industri Asuransi
Halaman/URL	https://economy.okezone.com/read/2021/07/02/320/2434513/4-strategi-tingkatkan-literasi-dan-inklusi-industri-asuransi
Tanggal Berita	2021-07-02
Sentimen	Netral

4 Strategi Tingkatkan Literasi dan Inklusi Industri Asuransi

Tim Okezone, Jurnalis · Jum'at 02 Juli 2021 15:31 WIB



Asuransi (Foto: Reuters)

Buka rekening saham secara online sekarang dan raih hadiah langsung e-voucher belanja online Rp 100 ribu

KLIK DI SINI

0 TOTAL SHARE

TRAKTOR INVESTOR 2
Periode Juni - Juli 2021

JAKARTA - Data Otoritas Jasa Keuangan (**OJK**) menunjukkan, di tahun 2019 literasi **asuransi** di Indonesia berada di angka 19,4%. Angka ini tergolong rendah dibandingkan dengan negara tetangga seperti Malaysia, Thailand, dan Singapura.

Direktur Utama PT BRI Insurance (BRINS) Fankar Umran mengungkap berdasarkan data literasi keuangan dari OJK, ada kecenderungan bahwa daerah-daerah yang sulit dijangkau memiliki angka literasi yang lebih rendah dibandingkan kota-kota besar, yang ia sebut sebagai 'The Unreached & The Less Literated'.

Baca Juga: Peminat Asuransi Turun, Klaimnya Meningkat hingga Rp49,4 Triliun

"Saya pikir literasi harus dilakukan secara masif dengan cara-cara yang inovatif, Karena tantangannya begitu besar, mulai dari aksesibilitas, tingkat edukasi, demografis sampai dengan faktor geografis," ujarnya, Jumat (2/7/2021).

Dirinya pun lebih lanjut mengungkapkan mengapa literasi asuransi secara digital lebih efektif saat ini, di antaranya memiliki daya jangkauan yang lebih luas tanpa perlu bertatap muka, aksesibilitas yang lebih efisien, serta millennial friendly dan approachable untuk para pengguna sosial media. Hal ini juga ditopang fakta bahwa 85% transaksi digital didukung oleh generasi milenial dan Z, yang mana 59% populasi Indonesia aktif menggunakan sosial media.

Baca Juga: Pendapatan Asuransi Jiwa Rp62,6 Triliun di Kuartal I-2021, Meroket 13.591%

Namun demikian, dia mengungkapkan bahwa pendekatan literasi asuransi secara digital ini bukanlah tanpa hambatan. Sejumlah rintangan seperti gap usia dan keterbatasan akses teknologi di daerah pedalaman menjadi faktor penentu keberhasilan penggalangan literasi asuransi secara digital.

"Kami melihat adanya 4 hal penting yang menjadi strategi kami dalam meningkatkan literasi dan inklusi asuransi. Yang pertama Pemberdayaan komunitas dan asosiasi sebagai agen literasi, Kedua, pengembangan produk yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Ketiga menciptakan tren yang saat ini menjadi social currency bagi generasi millennial dan yang keempat, utilisasi saluran distribus," ungkapnya.

Dengan melakukan pemberdayaan melalui kerjasama dengan komunitas, koperasi, asosiasi, atau industri lain sebagai agen literasi hal ini dapat menjangkau masyarakat lebih luas melalui kolaborasi dengan berbagai pihak. Mempunyai produk yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat juga menjadi kunci pelaku industri untuk dapat survive dan hal ini menjadi penting untuk inklusivitas.

Menciptakan sebuah tren atau trendsetting yang menjadi social currency, seharusnya menjadi fokus untuk berkomunikasi dengan generasi millennial untuk melakukan literasi finansial, lanjutnya.

“Literasi secara digital dengan intermediary dapat menjadi solusi atas tantangan geografis, cost effectiveness, dan tentu saja dapat menjangkau wide-range, terlebih di tengah masa pandemi seperti ini,” tutupnya.

Lihat juga: **[Spanyol Lolos Liga Perempatfinal Piala Eropa 2020 Berhasil Mengalahkan Swiss](#)**

(kmj)

Judul	Peningkatan Literasi Asuransi Perlu Terus Diupayakan
Nama Media	Mediaindonesia.com
Newstrend	Tingkat Literasi dan Inklusi Industri Asuransi
Halaman/URL	https://mediaindonesia.com/ekonomi/416131/peningkatan-literasi-asuransi-perlu-terus-diupayakan
Tanggal Berita	2021-07-02
Sentimen	Netral

Jumat 02 Juli 2021, 23:00 WIB
Peningkatan Literasi Asuransi Perlu Terus Diupayakan
 Mediaindonesia.com | Ekonomi

Fankar Umran
 Direktur Utama BRI Insurance Fankar Umran

LITERASI asuransi di Indonesia dinilai masih rendah. Direktur Utama PT BRI Insurance (BRINS) Fankar Umran mengatakan, berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menunjukkan pada tahun 2019 literasi asuransi di Indonesia berada di angka 19,4%. Angka ini tergolong rendah dibanding negara tetangga seperti Malaysia, Thailand, dan Singapura.

Menurut Fankar, berdasarkan data literasi keuangan OJK, ada kecenderungan daerah-daerah yang sulit dijangkau memiliki angka literasi yang lebih rendah dibanding kota besar, yang ia sebut sebagai 'The Unreached & The Less Literated'.

"Literasi harus dilakukan secara masif dengan cara-cara yang inovatif. Sebab, tantangannya begitu besar, mulai dari aksesibilitas, tingkat edukasi, demografis sampai faktor geografis," kata Fankar Umran dalam diskusi virtual.

Menurutnya, literasi asuransi secara digital lebih efektif karena memiliki daya jangkauan yang lebih luas tanpa perlu bertatap muka. Selain itu aksesibilitas lebih efisien, milenial friendly dan approachable untuk para pengguna sosial media.

"Fakta bahwa 85% transaksi digital didukung oleh generasi milenial dan 59% populasi Indonesia aktif menggunakan sosial media," katanya.

Baca juga: Menteri Pencerangan Era Soeharto Wafat di Usia 82 Tahun, Ini 8 Drama Korea Rating Tertinggi di Juni 2021, Nidm Rp 1,410,000, Rambut Jadi Tebal dan Atasi Rontok, 697 tenazah Dimakamkan Secara Prokes Covid-19 di Surabaya

Fankar menyebut ada sejumlah rintangan, di antaranya jarak usia dan keterbatasan akses teknologi di daerah pedalaman. Hal itu menjadi penentu keberhasilan pengalangan literasi asuransi secara digital.

Baca juga: Raih WTP, Ahsanul Apresiasi Kinerja BNPB

"Ada 4 hal yang menjadi strategi meningkatkan literasi dan inklusi asuransi. Pertama, memberdayakan komunitas dan asosiasi sebagai agen literasi. Kedua, pengembangan produk yang sesuai kebutuhan masyarakat. Ketiga, menciptakan tren yang saat ini menjadi social currency bagi generasi milenial dan yang keempat, utilisasi saluran distribusi," ujarnya.

Dia mengungkapkan, dengan melakukan pemberdayaan melalui kerja sama dengan komunitas, koperasi, asosiasi, atau industri lain sebagai agen literasi, hal ini dapat menjangkau masyarakat lebih luas.

"Menciptakan sebuah tren atau trendsetting yang menjadi social currency, seharusnya menjadi fokus untuk berkomunikasi dengan generasi milenial dalam melakukan literasi finansial," katanya.

Selain itu, kata Fankar, utilisasi menjadi jawaban masyarakat Indonesia yang belum digital savvy dan berada di rural area. Kerja sama dengan agen bank lakupandai berperan penting untuk melakukan penetrasi ke masyarakat dengan dibekali pelatihan edukasi.

"Literasi secara digital dengan intermediary dapat menjadi solusi atas tantangan geografis, cost effectiveness, dan tentu saja dapat menjangkau wide range, terlebih ditengah masa pandemi seperti ini," katanya. (Medcom/OL-7)

Judul	Digitalisasi Bantu Literasi Asuransi ke Daerah-Daerah Pelosok
Nama Media	Sindonews.com
Newstrend	Tingkat Literasi dan Inklusi Industri Asuransi
Halaman/URL	https://ekbis.sindonews.com/read/472736/178/digitalisasi-bantu-literasi-asuransi-ke-daerah-daerah-pelosok-1625231258
Tanggal Berita	2021-07-02
Sentimen	Netral

Digitalisasi Bantu Literasi Asuransi ke Daerah-Daerah Pelosok

I. Husni Isnaini

Jumat, 02 Juli 2021 - 20:39 WIB



Foto: iStockphoto

JAKARTA - Data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menunjukkan, di tahun 2019 literasi asuransi di Indonesia berada di angka 19,4%. Angka ini tergolong rendah dibandingkan dengan negara tetangga seperti Malaysia, Thailand, dan Singapura.

Direktur Utama PT BRI Insurance (BRINS) Fankar Umran mengungkapkan, berdasarkan data literasi keuangan dari OJK, ada kecenderungan bahwa daerah-daerah yang sulit dijangkau memiliki angka literasi yang lebih rendah dibandingkan kota-kota besar, yang ia sebut sebagai "The Unreached & The Less Literated".

Baca juga: Perjalanan Domestik Wajib Tunjukkan Bukti Vaksinasi dan PCR/Antigen, GeNose Tidak Berlaku

"Saya pikir literasi harus dilakukan secara masif dengan cara-cara yang inovatif, karena tantangannya begitu besar, mulai dari aksesibilitas, tingkat edukasi, demografis sampai dengan faktor geografis," ujarnya, dalam keterangan tertulis yang diterima, Jumat (2/7/2021).



Anda Sering Mendengkur?

[SleepHack](#)

[Kunjungi Situs](#)

Baca Juga:

Hindari Pemalsuan, Menkes Dorong Digitalisasi Sertifikat Vaksinasi dan Hasil PCR

Kasus Bumiputera, Arteri Dahlan Pertanyakan Urgensi Penahanan Nuhasanah

Dirinya pun lebih lanjut mengungkapkan mengapa literasi asuransi secara digital lebih efektif saat ini, di antaranya memiliki daya jangkauan yang lebih luas tanpa perlu bertatap muka, aksesibilitas yang lebih efisien, serta millennial friendly dan approachable untuk para pengguna sosial media. Hal ini juga ditopang fakta bahwa 85% transaksi digital didukung oleh generasi milenial dan Z, yang mana 59% populasi Indonesia aktif menggunakan sosial media.

Namun demikian, ia mengungkapkan bahwa pendekatan literasi asuransi secara digital ini bukanlah tanpa hambatan. Sejumlah rintangan seperti gap usia dan keterbatasan akses teknologi di daerah pedalaman menjadi faktor penentu keberhasilan pengalangan literasi asuransi secara digital.

"Kami melihat adanya empat hal penting yang menjadi strategi kami dalam meningkatkan literasi dan inklusi asuransi. Yang pertama pemberdayaan komunitas dan asosiasi sebagai agen literasi. Kedua, pengembangan produk yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Ketiga menciptakan tren yang saat ini menjadi social currency bagi generasi milenial dan yang keempat, utilisasi saluran distribusi," jelasnya.

Dengan melakukan pemberdayaan melalui kerja sama dengan komunitas, koperasi, asosiasi, atau industri lain sebagai agen literasi, hal ini dapat menjangkau masyarakat lebih luas melalui kolaborasi dengan berbagai pihak. Mempunyai produk yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat juga menjadi kunci petak industri untuk dapat survive dan hal ini menjadi penting untuk inklusivitas.

Menciptakan sebuah tren atau trendsetting yang menjadi social currency, seharusnya menjadi fokus untuk berkomunikasi dengan generasi milenial untuk melakukan literasi finansial, lanjutnya. Seperti Aplikasi BRINS Mobile yang berbasis Artificial Intelligence (AI), pengembangan penggunaan Gamification berbasis Augmented Reality (AR) yang tengah disiapkan BRINS, dan penggunaan media sosial menjadi tools yang menarik bagi generasi milenial.

Selanjutnya, utilisasi menjadi jawaban bagi permasalahan masyarakat Indonesia yang belum digital savvy dan berada di rural area. Kerja sama dengan agen bank lakupandai berperan penting untuk melakukan penetrasi ke masyarakat sekitarnya dengan dibekali pelatihan edukasi yang dilakukan BRINS dan dibekali melalui aplikasi BRINSAgent untuk semakin memudahkan.

"Literasi secara digital dengan intermediary dapat menjadi solusi atas tantangan geografis, cost effectiveness, dan tentu saja dapat menjangkau wide-range, terlebih di tengah masa pandemi seperti ini," tutup Fankar.

Judul	Tingkatkan Penetrasi Industri Asuransi
Nama Media	Koran-jakarta.com
Newstrend	Tingkat Penetrasi Industri Asuransi
Halaman/URL	https://koran-jakarta.com/tingkatkan-penetrasi-industri-asuransi
Tanggal Berita	2021-07-04
Sentimen	Netral

Tingkatkan Penetrasi Industri Asuransi

© Minggu, 04 Juli 2021 16:48 WIB · Waktu Baca 2 menit

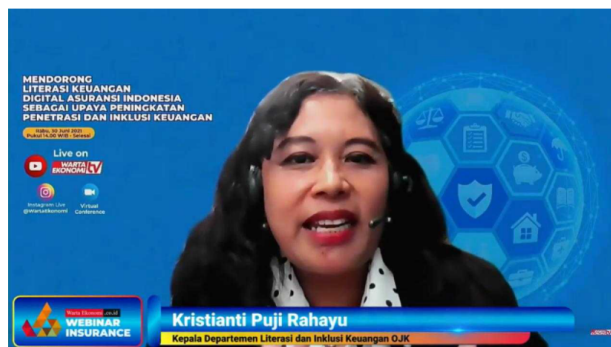


Foto: Istimedia
Kepala Departemen Literasi dan Inklusi Keuangan OJK, Kristianti Puji Rahayu.

A A A Pengaturan Font

JAKARTA-Industri Asuransi merupakan salah satu sub sektor industri jasa keuangan yang cukup dikenal oleh masyarakat. Namun, dibandingkan industri perbankan yang sudah sangat familiar dan dengan tingkat penetrasi yang sudah cukup besar, perkembangan industri asuransi secara nasional masih jauh panggang dari api.

Kepala Departemen Literasi dan Inklusi Keuangan OJK, Kristianti Puji Rahayu mengatakan tingkat penetrasi industri asuransi di Tanah Air pada 2020 masih tertahan di level 2,92 persen. Catatan tersebut jauh di bawah rata-rata penetrasi asuransi di negara-negara Asia Tenggara yang sebesar tujuh persen, atau juga rata-rata penetrasi di level dunia yang mencapai 7,2 persen.

Baca Juga :
[Manulife Tingkatkan Layanan ke Nasabah](#)

"Tak hanya (kalah dengan nilai) rata-rata, kita juga masih kalah dengan penetrasi di Malaysia yang pada periode yang sama tercatat sebesar 4,72 persen dan juga Thailand yang sebesar 4,99 persen. Apalagi kalau kita compared dengan Singapura yang masyarakatnya relatif lebih maju, sehingga penetrasi asuransi di sana per tahun 2020 lalu mencapai sembilan persen," ujar Kristianti dalam diskusi literasi keuangan digital, pekan lalu.

Dia menyatakan data masih minimnya penetrasi asuransi di Indonesia tersebut bagaikan dua sisi mata uang yang dapat dimaknai sebagai tantangan sekaligus peluang yang harus dijawab oleh para pelaku industri asuransi nasional.

Karenanya, dirinya berharap agar seluruh pihak-pihak terkait di industri asuransi dalam negeri dapat saling bersinergi, berkoordinasi dan berkolaborasi untuk bersama-sama mendorong perkembangan sekaligus penetrasi industri asuransi ke depan.

"Apabila ingin maju dan sukses, kita harus berjalan bersama-sama," tutur Kristianti.

Ajakan untuk saling berkolaborasi ini, menurut Kristianti, sangat penting lantaran salah satu penghambat utama dari perkembangan penetrasi asuransi adalah masih rendahnya pengetahuan dan pemahaman masyarakat terkait produk asuransi.

Pantas saja bila kemudian OJK juga mencatat jumlah aduan masyarakat terkait masalah perasuransian per Juni 2021 mencapai 2.600 kasus pengaduan. Sebuah angka yang tidak sedikit untuk dapat dinafikan begitu saja.

Kristiani pun menyatakan untuk meminimalisasi kasus aduan di industri asuransi dan juga upaya edukasi di masyarakat tersebut tidak bisa dilakukan sendiri-sendiri dan parsial, melainkan harus dijalankan secara komprehensif oleh sebanyak-banyaknya pihak yang terlibat.

"Misal soal aduan tentang agen penjual asuransi yang saat menawarkan ke masyarakat tidak diikuti dengan penjelasan yang lengkap. Atau calon calon pemegang polis ini tidak diberi waktu yang cukup untuk membaca term of condition yang ada. Untuk kasus-kasus semacam ini kita tentu perlu komitmen dari para agen penjual dan juga perusahaan asuransinya bisa ikut mengedukasi ke masyarakat. Jadi kita semua, para pelaku usahanya, regulatornya, masyarakatnya sendiri, memang harus saling mendukung dan berjalan bersama untuk kemajuan industri asuransi ke depan," tegas Kristianti.

Baca Juga :
[OJK Wajibkan LJKNB Terapkan Manajemen Risiko Bidang TI](#)

Selain dibuka secara langsung oleh pihak OJK, diskusi virtual ini juga turut menghadirkan CEO BRI Insurance Fankar Umran, Direktur Keuangan Avrist Assurance Ian Ferdinan Natapradja, Presiden Direktur PT Asuransi Jiwa Sinarmas MSIG Tbk Wianto Chen, CEO PasarPolis Cleosent Randing dan Ketua Bidang Marketing & Komunikasi Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) Wiroyo Karsono sebagai para pembicara. Diskusi sendiri dipandu dan dimoderatori oleh Ketua Umum Asosiasi Ahli Pialang Asuransi dan Reasuransi Indonesia (APARI) Bambang Suseno.

Judul	OJK Godok Aturan Pemasaran Produk Asuransi
Nama Media	Kedaulatan Rakyat
Newstrend	Aturan Baru Terkait PAYDI
Halaman/URL	10
Tanggal Berita	2021-07-03
Sentimen	Netral

TERIMA PENGADUAN PEMEGANG POLIS OJK Godok Aturan Pemasaran Produk Asuransi

JAKARTA (KR) - Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mendapat banyak pengaduan dari para pemegang polis mengenai produk asuransi yang dikaitkan dengan investasi (PAYDI) atau unit link. Hingga 20 Juni 2021 terdapat 40 persen dari total sekitar 2.600 pengaduan yang diterima menyangkut kesulitan pemegang polis mencairkan klaimnya. Oleh karena itu regulator tengah menggodok beleid baru tentang pemasaran produk unit link yang diduga menjadi faktor utama banyaknya pengaduan.

"Banyak pengaduan menyangkut produk asuransi, khususnya unit link. Namun, pengaduan dimaksud bukan terkait pencairan klaim, melainkan agen pemasar yang tidak mengikuti Standar Operasional Prosedur (SOP), kemudian pemegang polis tidak mendapatkan penjelasan lengkap sehingga terjadi perselisihan (dispute). Akhirnya terjadi kasus mis selling karena profil risiko yang disematkan pada nasabah tidak sesuai dengan kondisi yang seharusnya," kata Deputi Komisioner Pengawas Industri Keuangan Non-Bank (IKNB) II OJK Moch Ihsanuddin di Jakarta, kemarin.

Ihsanuddin menjelaskan, profil risiko erat kaitannya dengan pemahaman nasabah mengenai risiko unit link bahwa nilai dari unitnya bisa saja menurun. Karena tidak mengerti karakteristik unit secara lengkap, banyak nasabah yang mengeluhkan nilai unit link-nya menurun sehingga mereka

menyalahkan perusahaan asuransi. Padahal dalam ketentuannya, segala risiko produk unit link merupakan tanggung jawab nasabah atau pemegang polis.

Untuk meningkatkan pengawasan terhadap produk unit link, kata Ihsanuddin, OJK sedang menyiapkan aturan terbaru berupa surat edaran (SE) OJK. "Kami sedang merancang surat edaran untuk mengantisipasi gagal paham tersebut. Kami mengatur persyaratan untuk perusahaan yang dapat memasarkan, spesifikasi produk di review. Kemudian persyaratan pemahaman kepada pemegang polis harus ditingkatkan dan transparansi produk yang artinya biaya-biaya, harus dijelaskan di awal," paparnya.

Dikatakan Ihsanuddin, dengan adanya aturan baru tersebut, para pemegang polis diharapkan bisa memahami betul produk unit link yang dibelinya. "Aturan itu nantinya tidak bisa menjamin bisa menghilangkan perselisihan antara pemegang polis dan perusahaan asuransi, tapi juga tidak membuat unit link dilarang untuk dipasarkan," katanya.

Sementara Direktur Eksekutif Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI), Togar Pasaribu menjelaskan, klaim dan manfaat yang dibayarkan asuransi jiwa dari 2016-2020 mencapai sekitar Rp 600 triliun. Khusus pada kuartal I-2021, asuransi jiwa telah membayar klaim dan manfaat sebesar Rp 47,69 triliun. **(Lmg)-d**