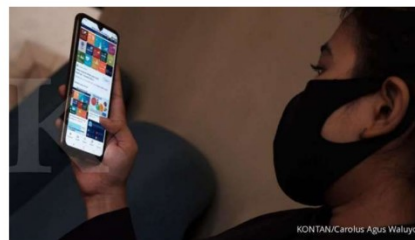


Judul	Indeks Unitlink Pendapatan Tetap Mulai Tumbuh Positif
Nama Media	Newssetup.kontan.co.id
Newstrend	Kinerja Produk Unitlink Per Agustus 2021
Halaman/URL	https://newssetup.kontan.co.id/news/indeks-unitlink-pendapatan-tetap-mulai-tumbuh-positif
Tanggal Berita	2021-09-07
Sentimen	Netral

Indeks unitlink pendapatan tetap mulai tumbuh positif

Selasa, 31 September 2021 | 09:15 WIB | Reporter: Adhiana Octaviano



KONTAN.CO.ID - JAKARTA. Di saat produk unitlink dirasa kurang diminati saat pandemi covid 19 ini, kinerja indeks unitlink secara perlahan mulai membaik. Hingga Agustus 2021, indeks untuk semua produk unitlink tumbuh positif secara bulanan meski secara year-to-date (ytd) baru unitlink pendapatan tetap yang tumbuh positif.

Berdasarkan catatan Infocesta per 31 Agustus 2021, indeks unitlink pendapatan tetap tumbuh 1,10% ytd. Sementara itu, untuk kinerja indeks unitlink saham dan unitlink campuran masih terkoreksi masing-masing -2,16% ytd dan -1,21% ytd.

Collaborate
on the go
Stay connected
and productive
wherever and
when you want



Pengamat Pasar Modal PT Infovesta Kapital Advisory, Praska Putranto mengatakan bahwa saat ini kondisi pasar modal sudah mulai pulih akibat sentimen dari dalam negeri, terutama masalah kasus harian Covid-19 yang mulai melandai dan pengurangan PKM di sejumlah kota besar sehingga memicu ekspektasi membaiknya ekonomi.

Selain itu, Praska juga menyebutkan bahwa ada kabar baik dari luar negeri terkait keputusan kebijakan The Fed mengenai rencana tapering yang tanpa diikuti oleh kenaikan suku bunga acuan. "Itu memicu kelegaan di pasar sehingga pelemahan USD mendorong pasar komoditas dan pasar saham global kembali naik," ujar Praska.

Baca Juga: Salurkan kredit paylater lewat Traveloka Rp 47 miliar, BNI kini gandrung Shopee

Ia juga menyebutkan bahwa saat ini produk unitlink saham dan unitlink campuran justru lebih menarik untuk dioleksi meskipun secara ytd masih mengalami koreksi. Hal ini mengingat secara month-to-date (mttd), kinerja produk unitlink saham dan campuran masing-masing tumbuh sebesar 1,78% mttd dan 1,16% mttd. "Akselerasi pasar saham mulai menarik dan dana asing mulai masuk," ungkapnya.

Adapun, Praska memprediksi sentimen-sentimen positif yang ada di bulan Agustus lalu bisa memicu kembali melanjutkan penguatan. Hal tersebut juga didukung dengan stabilnya pergerakan kurs rupiah terhadap dolar AS serta prospek suku bunga acuan dalam negeri yang masih dipertahankan rendah.

Direktur Keuangan BNI Life Eben Ezer Ningsiolan pun turut mengakui bahwa saat ini produk unitlink pendapatan tetap masih memberikan imbal hasil yang lebih baik dibandingkan lainnya. Hal ini dikarenakan volatilitas pasar obligasi tidak seperti pasar saham.

Meski demikian, BNI Life mengalami penurunan premi jika dibandingkan periode yang sama tahun lalu dengan nilai hingga Juli mencapai Rp 867 miliar. Selain itu, ada penurunan pemegang polis unitlink sebesar 4,83% yang disebabkan adanya surrender.

Sementara itu, Infovesta mencatat produk unitlink Generali Indonesia khususnya Generali Balanced Fund dan Generali Equity Utama memiliki kinerja paling baik dengan memberikan imbal hasil besar yaitu 17,75% dan 12,17% dalam periode waktu satu bulan.

Baca Juga: Jasindo kembali dipercaya menjamin risiko Satelit Telkom T3-S dan Telkom Merah Putih

CMO Generali Indonesia, Vivian Arbiandi mengatakan di Generali sendiri saat ini sudah ada fitur Robo ARMS yang bisa membantu mengoptimalkan kinerja unit link nasabah. Bahkan, ia menyebutkan 94% nasabah yang menggunakan fitur tersebut memiliki kinerja investasinya di atas IHSG.

"Fitur Robo ARMS bertujuan untuk mengelola unit link secara otomatis sesuai dengan kondisi pasar dan profil risiko nasabah," ujar Vivian.

Sekadar informasi, hingga semester I-2021 perolehan premi unit link di Generali Indonesia mencapai lebih dari Rp 710 miliar. Sedangkan kontribusinya terhadap keseluruhan premi hanya sebesar 48%, masih didominasi produksi asuransi tradisional.

Judul	Asuransi Jiwa Mengandalkan Investasi Di Reksadana
Nama Media	Kontan
Newstrend	Aset Investasi Produk Unitlink Per Juli 2021
Halaman/URL	10
Tanggal Berita	2021-09-08
Sentimen	Netral

■ INVESTASI ASURANSI JIWA

Asuransi Jiwa Mengandalkan Investasi di Reksadana

JAKARTA. Sentimen positif yang mengangkat kinerja pasar modal, ikut mendorong aset investasi di industri asuransi jiwa. Aset investasi secara industri tumbuh 8,25% secara tahunan menjadi Rp 490,81 miliar pada Juli 2021.

Data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menyatakan, aset reksadana masih memberikan kontribusi paling besar, dengan porsi 33,57% atau senilai Rp 164,76 miliar. Diikuti, aset saham yang memiliki porsi sebesar 27,84% dengan nilai mencapai Rp 136,64 miliar.

Pertumbuhan aset investasi juga dirasakan oleh BNI Life. Anak usaha BNI ini hingga Agustus kemarin mencatat aset investasi sebesar Rp 19,8 triliun. Sebagai perbandingan, di periode sama tahun lalu nilai aset investasi BNI Life mencapai Rp 18 triliun,

yang berarti tumbuh 10% yoy.

"Pertumbuhan ini dipengaruhi perkembangan pasar modal terkait kondisi pandemi Covid-19 dan *tapering*," ujar Direktur Keuangan BNI Life, Eben Eser Nainggolan kepada KONTAN, Selasa (7/9).

Ia menyebutkan, saat ini BNI Life menempatkan aset investasinya lebih banyak ke obligasi termasuk ada reksadana di dalamnya sebesar Rp 14,6 triliun. Berarti kontribusi obligasi mencapai 74% dari total portofolio yang ada.

Pertumbuhan aset investasi pun juga masih dirasakan oleh BRI Life hingga Juli 2021 kemarin. Direktur Utama BRI Life, Iwan Pasila menyebutkan, isu *tapering* di Amerika Serikat (AS) dan perkembangan vaksin Covid-19 ma-

sih menjadi faktor yang mempengaruhi aset investasi perusahaan asuransi ini.

"Aset investasi per Juli 2021 adalah Rp 13,19 triliun (termasuk unitlink) secara tahunan naik 24,90%," ungkap Iwan. Sementara itu, aset investasi terbanyak milik BRI Life ada pada instrumen surat berharga, dengan porsi 69,88% dari total aset. Mayoritas ditempatkan pada instrumen obligasi, khususnya milik pemerintah.

Sedikit berbeda, Sequis Life menyebutkan terlihat ada tren penurunan dalam aset investasi yang dimiliki tahun ini sampai periode Juli 2021. Dalam periode tersebut, aset investasi Sequis Life sebesar Rp 17,78 triliun dengan kondisi harga saham LQ45 yang turun cukup dalam.

"Secara temporer terjadi



KONTAN/Carolus Agus Waluyo

BNI Life menempatkan aset investasinya lebih banyak ke obligasi termasuk ada reksadana.

penurunan 5,9% ytd menjadi Rp 17,78 triliun di Juli 2021 dari Rp 18,90 triliun di Desember 2020," ungkap *Chief In-*

vestment Officer Sequis, Muhammad Umar Johan Sidik.

Adrianus Octaviano

Judul	Semester I, Laba SEQUIS LIFE Tumbuh 3,97%
Nama Media	Investor Daily
Newstrend	Kinerja Bisnis Sequis Life Semester I/2021
Halaman/URL	23
Tanggal Berita	2021-09-08
Sentimen	Netral

Semester I, Laba Sequis Life Tumbuh 3,97%

Oleh Prisma Ardianto

▶ JAKARTA – PT Asuransi Jiwa Sequis Life membukukan pendapatan premi pada semester I-2021 sebesar Rp 1,54 triliun atau turun 3,9% secara tahunan (*year on year/oyoy*). Namun demikian, laba bersih perseroan tumbuh 3,97% (*yoy*) menjadi Rp 438,14 miliar.

Mengacu pada laporan keuangan Sequis Life sampai dengan semester I-2021, laba bersih tersebut di antaranya ditopang oleh hasil investasi yang berbalik positif menjadi sebesar Rp 54,43 miliar. Pada periode sama tahun sebelumnya tercatat hasil investasi dibukukan negatif Rp 779,39 miliar.

Laba bersih yang berhasil dibukukan juga relatif belum optimal seiring dengan jumlah beban klaim dan manfaat yang tercatat meningkat. Total beban dan manfaat tumbuh 10,95% (*yoy*) menjadi Rp 1,42 miliar. Klaim penebusan unit menjadi salah satu kontributor terbesar yakni Rp 838,56 miliar atau tumbuh 10,21% (*yoy*). Sementara klaim dan manfaat yang dibayarkan juga meningkat 31,49% (*yoy*) menjadi Rp 561,66 miliar.

Jika dirinci, total klaim sebesar Rp 333,75 miliar dan total manfaat sebesar Rp 1,07 triliun. Klaim kematian dan kesehatan terkait Covid-19 yang telah dibayarkan perusahaan sampai dengan Juli 2021 telah mencapai lebih dari Rp 195,95 miliar untuk lebih dari 8.300 kasus, 52,8% berasal dari klaim kematian dan sisanya klaim kesehatan.

Tingkat solvabilitas atau *risk based capital* (RBC) dijaga kuat di posisi 526% pada semester I-2021, meski

relatif turun dibandingkan periode sebelumnya yakni 629%. Total aset Sequis Life mencapai Rp 18,80 triliun atau tumbuh 6,6% *year to date* (*ytd*), didorong aset investasi yang meningkat 4,95% (*ytd*) menjadi Rp 17,67 triliun.

President Director dan CEO Sequis Tatang Widjaja, menjelaskan, kinerja Sequis dapat bertahan positif ditopang oleh inovasi produk dan digital yang sedang digalakkan perusahaan. Salah satunya adalah inovasi asuransi kesehatan dengan premi relatif murah.

"Yaitu *Super Well Protection* dan *Super Care Protection* melalui kanal digital *Super You* yang hadir pada masa pandemi (Juni 2021) disambut baik oleh masyarakat, karena saat ini kebutuhan akan perlindungan kesehatan tinggi peminatnya tapi terkendala biaya premi, sehingga kedua inovasi produk ini adalah jawaban bagi kebutuhan perlindungan kesehatan masyarakat," jelas dia melalui keterangan tertulis, Selasa (7/9).

Sequis juga melakukan strategi optimalisasi produk yang sudah ada, yaitu pada produk asuransi *Q Smart Life New Gen Insurance* yang memberikan perlindungan jiwa seumur hidup (hingga 100 tahun). Dalam hal ini, nasabah tidak perlu membayar



Tatang Widjaja

premi seumur hidup karena masa pembayaran premi bisa ditentukan sejak awal yakni 5,10,15, atau 20 tahun.

Selain itu, produk ini memberikan kepastian nilai tunai, yaitu jika pada akhir masa pertanggungan asuransi, tertanggung masih hidup maka akan mendapatkan manfaat 100% uang pertanggungan. Dengan premi yang terjangkau, manfaat yang diberikan bisa sampai miliaran sehingga bisa dimanfaatkan untuk merencanakan dana pensiun atau mempersiapkan warisan.

Inovasi Digital

Selain berfokus pada pengembangan produk, Sequis Life juga mengembangkan inovasi digital agar dapat terus meningkatkan layanan nasabahnya. Layanan digital kini menjadi semakin penting pada masa pandemi ini, perseroan pun harus mampu menyelaraskan diri agar nasabah merasakan kemudahan berbisnis dengan Sequis Life.

"Itu sebabnya, kami meluncurkan program *chatbot* Selvia (*Sequis Intelligent Virtual Assistant*) atau asisten

cerdas virtual dari Sequis agar nasabah dapat tetap terlayani dengan baik tanpa ada batasan. Kami meyakini bahwa kepuasan nasabah bagian penting dalam mempertahankan reputasi perusahaan," sebut Tatang.

Sementara itu, *Head of Life Operation* Sequis Eko Sumurat menjelaskan, kehadiran *chatbot* dalam berbagai bisnis merupakan investasi teknologi *machine learning* yang menjanjikan dan telah dimanfaatkan oleh beragam perusahaan besar. Sequis tidak ketinggalan memanfaatkan inovasi kecerdasan buatan tersebut sebab teknologi yang mendukung kepraktisan dan dapat berlangsung interaktif akan meningkatkan kepuasan nasabah.

"*Chatbot* bisa menjadi alternatif bagi nasabah untuk berkomunikasi dengan perusahaan sehingga tidak perlu lagi mendatangi *service center* dan tidak perlu melakukan panggilan telepon ke *contact center*. Hal ini tentunya akan menghemat waktu dan pengeluaran nasabah serta lebih aman dimanfaatkan pada masa pandemi. Nasabah bisa mendapatkan layanan Sequis dengan cepat dan akurat karena Selvia bisa dimanfaatkan kapan dan di mana saja," ujar Eko.

Selvia menjadi solusi layanan digital terbaru bagi layanan nasabah Sequis karena dirancang dapat memahami pertanyaan nasabah dan calon nasabah serta mampu memberikan jawaban sebagaimana tugas *customer service* sesungguhnya. "Nasabah Sequis bisa mengetahui status polis, manfaat polis, nilai investasi yang terbentuk, informasi prosedur dan persyaratan pengajuan klaim, dan informasi lainnya melalui Selvia di kanal WhatsApp bisnis Sequis di nomor +62 811 1332 222 atau melalui *scan QR code* yang dapat diakses di media sosial Sequis, dan melalui fitur *live chat* pada *website* Sequis," jelas Eko.

Judul	SEQUIS Catatkan Kinerja Positif Berkat Inovasi Produk Dan Digital
Nama Media	Ekonomi Neraca
Newstrend	Kinerja Bisnis Sequis Life Semester I/2021
Halaman/URL	5
Tanggal Berita	2021-09-08
Sentimen	Netral

Sequis Catatkan Kinerja Positif Berkat Inovasi Produk dan Digital

NERACA

Jakarta - PT Asuransi Jiwa Sequis Life (Sequis Life) mencatatkan kinerja positif ditengah masa pandemic covid 19, salah satu yang menjadi fokus Sequis Life yaitu inovasi produk dan digital. Menurut President Director dan CEO Sequis Tatang Widjaja, Inovasi produk dan digital sedang digalakkan perusahaan.

"Salah satu inovasi asuransi kesehatan ber premi murah, yaitu Super Well Protection dan Super Care Protection melalui kanal digital Super You yang hadir pada masa pandemi (Juni 2021) disambut baik oleh masyarakat karena saat ini kebutuhan akan perlindungan kesehatan tinggi peminatnya tapi terkendala biaya premi sehingga kedua inovasi produk ini adalah jawaban bagi kebutuhan perlindungan kesehatan masyarakat," katanya, sebagaimana dikutip dalam keterangannya, Selasa (7/9).

Dari inovasi dan fokus ke digital hingga periode kuartal II/2021, Sequis Life mencatatkan total pendapatan premi sebesar Rp1,54 triliun dan laba bersih sebesar Rp438,14 miliar. Sampai dengan kuartal 2 tahun ini, perusahaan telah membayarkan kepada nasabahnya total klaim sebesar Rp333,75 miliar dan total manfaat sebesar Rp1,07 triliun sedangkan klaim kematian dan kesehatan terkait covid-19 yang telah dibayarkan perusahaan sampai dengan Juli 2021 telah mencapai lebih dari Rp195,95 miliar untuk lebih dari 8.300 kasus, 52,8% berasal dari klaim kematian dan sisanya klaim kesehatan.

Tatang menjelaskan bahwa Sequis juga melakukan strategi optimalisasi produk yang sudah ada, yaitu pada produk asuransi Q Smart Life New Gen Insurance yang memberikan perlindungan jiwa seumur hidup (hingga 100 tahun) tanpa nasabah perlu membayar premi seumur hidup karena masa pembayaran premi bisa ditentukan sejak awal, yakni 5,10,15, atau 20 tahun. Produk ini memberikan kepastian nilai tunai, yaitu jika pada akhir masa pertanggungan asuransi, tertanggung masih hidup maka akan mendapatkan manfaat 100% Uang Pertanggungan.

"Dengan premi yang terjangkau, manfaat yang diberikan bisa sampai miliaran sehingga bisa dimanfaatkan untuk merencanakan dana pensiun atau mempersiapkan warisan. Asuransi menjadi pilihan instrumen warisan yang dapat diandalkan karena manfaatnya langsung dapat diterima oleh Ahli Waris tanpa menunggu proses panjang pengadilan menetapkan fatwa waris dan menghindari sengketa warisan. Demikian juga adanya nilai tunai dapat dimanfaatkan saat pensiun atau lanjut usia sehingga kesejahteraan tetap terjamin meskipun kelak tidak lagi memiliki penghasilan," jelasnya.

Adaptasi Pandemi

Selain berfokus pada pengembangan produk, Sequis juga mengembangkan inovasi digital agar dapat terus meningkatkan layanan nasabahnya. "Layanan digital kini menjadi semakin penting apalagi pada masa pandemi ini, sebagai perusahaan yang terus berkembang kami harus mampu menyelaraskan diri agar nasabah merasakan kemudahan berbisnis dengan Sequis. Itu sebabnya, kami meluncurkan program chatbot SELVIA (Sequis Intelligent Virtual Assistant) atau Asisten Cerdas Virtual dari Sequis agar nasabah dapat tetap terlayani dengan baik tanpa ada batasan. Kami meyakini bahwa kepuasan nasabah bagian penting dalam mempertahankan reputasi," sebut Tatang.

Kehadiran chatbot dalam beragam bisnis merupakan investasi teknologi machine learning yang menjanjikan dan telah dimanfaatkan oleh banyak perusahaan besar. Sequis pun tidak ketinggalan memanfaatkan inovasi kecerdasan buatan ini sebab teknologi yang mendukung kepraktisan dan dapat berlangsung interaktif akan meningkatkan kepuasan nasabah.

"Chatbot bisa menjadi alternatif bagi nasabah untuk berkomunikasi dengan perusahaan sehingga tidak perlu lagi mendatangi service center dan tidak perlu melakukan panggilan telepon ke contact center. Hal ini tentunya akan menghemat waktu dan pengeluaran nasabah serta lebih aman dimanfaatkan pada masa pandemi. Nasabah bisa mendapatkan layanan Sequis dengan cepat dan akurat karena SELVIA bisa dimanfaatkan kapan dan di mana saja," ujar Head of Life Operation Sequis Eko Sumurat.

SELVIA merupakan solusi layanan digital terbaru bagi layanan nasabah Sequis karena dirancang dapat memahami pertanyaan nasabah dan calon nasabah serta mampu memberikan jawaban sebagaimana tugas CS sesungguhnya. @bhar21

Judul	Inovasi Digital Pacu Kinerja Kuartal II Sequis
Nama Media	Swa.co.id
Newstrend	Kinerja Bisnis Sequis Life Semester I/2021
Halaman/URL	https://swa.co.id/swa/trends/inovasi-digital-pacu-kinerja-kuartal-ii-sequis
Tanggal Berita	2021-09-07
Sentimen	Netral

Inovasi Digital Pacu Kinerja Kuartal II Sequis

by Andi Hana - September 7, 2021



PT Asuransi Jiwa Sequis Life (Sequis Life) mencatat total pendapatan premi sebesar Rp1,54 triliun dan laba bersih Rp438,14 miliar pada Kuartal II/2021. Sampai dengan kuartal ini, perusahaan telah membayar total klaim sebesar Rp333,75 miliar dan total manfaat sebesar Rp1,07 triliun.

Klaim kematian dan kesehatan terkait Covid-19 yang telah dibayarkan sampai dengan Juli 2021 mencapai lebih dari Rp195,95 miliar untuk lebih dari 8.300 kasus. Adapun 52,8% berasal dari klaim kematian dan sisanya dari klaim kesehatan.

Presiden Direktur & CEO Sequis Life Tatang Widjaja mengatakan bahwa kinerja perusahaan salah satunya ditopang oleh inovasi produk dan digital. Contohnya adalah asuransi kesehatan berpremi murah yaitu Super Well Protection dan Super Care Protection melalui kanal digital Super You yang hadir pada Juni 2021.

"Produk ini disambut baik oleh masyarakat karena saat ini kebutuhan akan perlindungan kesehatan tinggi peminatnya tapi terkendala biaya premi," ujar Tatang.

Sequis juga mengoptimalkan salah satu produknya yakni Q Smart Life New Gen Insurance yang memberikan perlindungan jiwa seumur hidup (hingga 100 tahun) tanpa nasabah perlu membayar premi seumur hidup. Sequis memberikan kebebasan bagi nasabah untuk memilih masa pembayaran premi, yakni 5, 10, 15 atau 20 tahun.

Produk ini memberikan kepastian nilai tunai, yaitu jika pada akhir Masa Pertanggungan Asuransi, Tertanggung masih hidup maka akan mendapatkan manfaat 100% Uang Pertanggungan. Terlebih dengan premi yang terjangkau, manfaat yang diberikan bisa sampai miliaran.

Selain pengembangan produk, Sequis juga mengembangkan inovasi digital, salah satunya adalah *chatbot* SELVIA (*Sequis Intelligent Virtual Assistant*) atau Asisten Cerdas Virtual untuk berkomunikasi dengan nasabah secara *seamless*.

Head of Life Operation Sequis Eko Sumurat mengatakan, *chatbot* bisa menjadi alternatif bagi nasabah untuk berkomunikasi dengan perusahaan sehingga tidak perlu lagi mendatangi *service center* dan tidak perlu melakukan panggilan telepon ke *contact center*.

"Hal ini tentunya akan menghemat waktu dan pengeluaran nasabah serta lebih aman dimanfaatkan pada masa pandemi. Nasabah bisa mendapatkan layanan Sequis dengan cepat dan akurat karena SELVIA bisa dimanfaatkan kapan dan di mana saja," ujar Eko.

Dengan SELVIA, nasabah Sequis bisa mengetahui status polis, manfaat polis, nilai investasi yang terbentuk, informasi prosedur dan persyaratan pengajuan klaim, dan informasi lainnya melalui SELVIA dengan akses 24 jam penuh.

Judul	Sequis Life Bukukan Premi Rp1,54 Triliun pada Kuartal II/2021
Nama Media	Bisnis.com
Newstrend	Kinerja Bisnis Sequis Life Semester I/2021
Halaman/URL	https://finansial.bisnis.com/read/20210907/215/1438959/sequis-life-bukukan-premi-rp154-triliun-pada-kuartal-ii-2021
Tanggal Berita	2021-09-07
Sentimen	Netral

HOME • FINANSIAL • ASURANSI

Sequis Life Bukukan Premi Rp1,54 Triliun pada Kuartal II/2021

Strategi fokus dapat bertahan positif saat situasi memang ada inovasi produk dan digital yang sedang digalakan perusahaan.

Umi Nurul Huda [Bisnis.com](#)
07 September 2021 / 10:11 WIB



Kantor pusat Sequis Life - Jakarta

Bisnis.com, JAKARTA - PT Asuransi Jiva Sequis Life (Sequis Life) melaporkan total pendapatan premi senilai Rp1,54 triliun dan laba bersih sebesar Rp430,14 miliar sampai dengan kuartal II/2021.

President Director & CEO Sequis, Tatang Widjaja mengatakan, sampai dengan kuartal kedua tahun ini, perusahaan telah membayar klaim kepada nasabahnya dengan total senilai Rp253,7 miliar dan total nasabah senilai Rp1,31 triliun.

Sedangkan klaim kematian dan kesehatan terkait Covid-19 yang telah dibayarkan perusahaan sampai dengan Juli 2021 telah mencapai lebih dari Rp10,30 miliar untuk lebih dari 8.300 kasus. 50,8 persen berasal dari klaim kematian dan sisanya klaim kesehatan.

Bisa Juga • Pandemi Geser Permittan Masyarakat dari Unit-Linked ke Asuransi Tradisional

"Kinerja Sequis dapat bertahan positif saat situasi memang ada inovasi produk dan digital yang sedang digalakan perusahaan. Inovasi asuransi kesehatan berbasis rumah, yaitu Super Well Protection dan Super Care Protection melalui kanal digital Super You yang hadir pada masa pandemi (Juni 2021) mendapat baik oleh masyarakat karena saat ini kebutuhan akan perlindungan kesehatan bagi pemertama kali berkembang. Jika premi sehingga keada inovasi produk ini adalah jawaban bagi kebutuhan perlindungan kesehatan masyarakat," ujar Tatang melalui keterangan tertulisnya, Selasa (7/9/2021).

Rumah 2 Lantai DP
Kami bayarin



Sequis juga melakukan strategi kolaborasi produk yang sudah ada, yaitu pada produk asuransi Q Sequis Life New dan asuransi yang memberikan perlindungan jiwa sebesar Rp10 hingga Rp100 tahun, tanpa nasabah perlu membayar premi selama hidup karena masa pertanggungan premi bisa disetor sejak awal, yaitu 5, 10, 15, atau 20 tahun. Produk ini memberikan kebebasan nilai tunai, yaitu bisa pada akhir masa pertanggungan asuransi, tergantung masih hidup atau akan mendapatkan manfaat 100 persen uang pertanggungan.

Dengan premi yang terjangkau, manfaat yang diberikan bisa sampai puluhan hingga bisa dimanfaatkan untuk membiayai dana pensiun atau mempersiapkan warisan. Asuransi menjadi pilihan instrumen investasi yang dapat diandalkan karena manfaatnya langsung dapat diterima oleh ahli waris tanpa melalui proses panjang pencaharian warisan. Nilai waris dan pengalihan warisan. Dimulai juga rencana nilai tunai dapat dimanfaatkan saat pensiun atau liquidasi sebagai kesempatan tetap memiliki produk asuransi hingga 100 persen uang pertanggungan.

Selain fokus pada pengembangan produk, Sequis juga mengembangkan inovasi digital agar dapat terus meningkatkan layanan nasabahnya.



Asuransi Fleksibel, Canggih Life
Asuransi Online dengan premi terjangkau dan manfaat lebih banyak. Canggih untuk Anda.
Canggih Life

"Layanan digital kini menjadi semakin penting apalagi pada masa pandemi ini, sebagai perusahaan yang terus berkembang kami terus mampu menyesuaikan diri agar nasabah semakin nyaman berinteraksi dengan Sequis. Itu sebabnya, kami meluncurkan program chatbot SELVIA (Sequis Intelligent Virtual Assistant) atau asisten cerdas virtual dan Sequis agar nasabah dapat hidup lebih nyaman dengan baik kapan ada keluhan. Kami mengoptimalkan layanan Sequis dengan cepat dan akurat karena SELVIA bisa dimanfaatkan kapan dan di mana saja," kata Tatang.

Kebijakan chatbot dalam beragam bentuk merupakan inovasi teknologi machine learning yang semakin dan telah dimanfaatkan oleh banyak perusahaan besar. Sequis pun tidak ketinggalan memanfaatkan inovasi kecerdasan buatan ini untuk teknologi yang mendukung kapasitas dan dapat bertanggung jawab akan meningkatkan kepuasan nasabah.

"Chatbot bisa menjadi alternatif bagi nasabah untuk berkomunikasi dengan perusahaan sehingga tidak perlu lagi menunggu service center dan tidak perlu melakukan pengisian formulir ke contact center. Hal ini tentunya akan mempermudah waktu dan pengisian nasabah serta lebih aman dimanfaatkan pada masa pandemi. Nasabah bisa mendapatkan layanan Sequis dengan cepat dan akurat karena SELVIA bisa dimanfaatkan kapan dan di mana saja," kata Head of Life Operation Sequis, Eko Samudro.

SELVIA merupakan solusi layanan digital terbaru bagi layanan nasabah Sequis karena dirancang dengan memuatkan pertanyaan nasabah dan solusi masalah serta mampu memberikan jawaban sebagaimana tugas customer service sesungguhnya.

"Nasabah Sequis bisa menghubungi status polis, manfaat polis, nilai investasi yang terkumpul, informasi prosedur dan persyaratan pengajuan klaim, dan informasi lainnya melalui SELVIA di kanal WhatsApp nomor Sequis di nomor 102.811.1332-229 atau melalui scan QR code yang dapat diakses di media sosial Sequis, dan melalui fitur Live Chat pada website Sequis. Nasabah Sequis dapat menghubungi SELVIA kapan saja karena tak terbatas jam kerja dan dapat diakses 24 jam," imbuh Eko.

Adequasi SELVIA memanfaatkan data core system sehingga akurat data dapat dipertanggungjawabkan. Ia juga memonitor bahwa SELVIA aman karena data terbelah pulis akan dienkripsi dengan menggunakan metode 256 bit (two-time password) yang dijamin keamanannya oleh pemerintah untuk transaksi perbankan.

Selanjutnya, pada kuartal pertama, Sequis juga telah meluncurkan aplikasi Sequis App untuk memudahkan nasabah mendapatkan informasi polis, mengupload surat-meminta dalam klaim, mencari rumah sakit, dan mengecek tarif rumah sakit, serta melakukan layanan Find Agent untuk memudahkan calon nasabah berkomunikasi dengan tenaga pemasaran yang tepat guna membantu perencanaan keuangan untuk hari esok keluarga yang lebih baik.

Judul	Sequis Life kantongi premi Rp 1,54 triliun di kuartal II-2021
Nama Media	Kontan.co.id
Newstrend	Kinerja Bisnis Sequis Life Semester I/2021
Halaman/URL	https://keuangan.kontan.co.id/news/sequis-life-kantongi-premi-rp-154-triliun-di-kuartal-ii-2021
Tanggal Berita	2021-09-07
Sentimen	Netral

KEUANGAN /

Sequis Life kantongi premi Rp 1,54 triliun di kuartal II-2021

Selasa, 07 September 2021 / 08:55 WIB



ILUSTRASI. Pelayanan nasabah Sequis.

Reporter: Ferrika Sari | Editor: Anna Suci Perwitasari

Asuransi

KONTAN.CO.ID - JAKARTA. PT Asuransi Jiwa Sequis Life (Sequis Life) membukukan kinerja positif pada periode kuartal II-2021. Perusahaan asuransi jiwa ini mengantongi pendapatan premi Rp 1,54 triliun dan laba bersih Rp 438,14 miliar.

President Director & CEO Sequis Tatang Widjaja mengatakan, perusahaan juga telah membayarkan klaim kepada nasabah sebesar Rp 333,75 miliar dan total manfaat sebesar Rp 1,07 triliun.



184 Foto & video bebas biaya dan dapat digunakan untuk tujuan komersial.

"Sedangkan klaim kematian dan kesehatan terkait Covid-19 yang telah dibayarkan perusahaan sampai dengan Juli 2021 telah mencapai lebih dari Rp 195,95 miliar untuk lebih dari 8.300 kasus, 52,8% berasal dari klaim kematian dan sisanya klaim kesehatan," kata Tatang, dalam keterangan resmi yang diterima Kontan.co.id, Selasa (7/9).

Menurutnya, kinerja Sequis dapat bertahan positif salah satunya ditopang oleh inovasi produk dan digital yang sedang digalakkan perusahaan. Salah satunya, inovasi asuransi kesehatan berpremi murah, yaitu Super Well Protection dan Super Care Protection melalui kanal digital Super You yang hadir pada masa pandemi pada Juni 2021.

"Produk ini disambut baik oleh masyarakat karena saat ini kebutuhan akan perlindungan kesehatan tinggi peminatnya tapi terkendala biaya premi sehingga kedua inovasi produk ini adalah jawaban bagi kebutuhan perlindungan kesehatan masyarakat," ungkapnya.

Baca Juga: **Hingga semester I, aset Sequis Life tumbuh hingga 6,69%**

Sequis juga melakukan strategi optimalisasi produk yang sudah ada, yaitu pada produk asuransi Q Smart Life New Gen Insurance yang memberikan perlindungan jiwa seumur hidup tanpa perlu membayar premi seumur hidup karena masa pembayaran premi bisa ditentukan sejak awal, yakni 5,10,15, atau 20 tahun.

Produk ini memberikan kepastian nilai tunai, yaitu jika pada akhir masa pertanggungan asuransi. Kemudian tertanggung masih hidup maka akan mendapatkan manfaat 100% uang pertanggungan.

Dengan premi yang terjangkau, ia mengatakan bahwa manfaat yang diberikan bisa sampai miliaran sehingga bisa dimanfaatkan untuk merencanakan dana pensiun atau mempersiapkan warisan.

Oleh karena itu, asuransi menjadi pilihan instrumen warisan yang dapat diandalkan karena manfaatnya langsung dapat diterima oleh Ahli Waris tanpa menunggu proses panjang pengadilan menetapkan fatwa waris dan menghindari sengketa warisan.

"Demikian juga adanya nilai tunai dapat dimanfaatkan saat pensiun atau lanjut usia sehingga kesejahteraan tetap terjamin meskipun kelak tidak lagi memiliki penghasilan," tutupnya.

Judul	GCG Jadi Kunci Axa Mandiri Jaga Kepercayaan Nasabah
Nama Media	Swa.co.id
Newstrend	Good Corporate Governance AXA Mandiri
Halaman/URL	https://swa.co.id/businesschampions/companies/companies-good-corporate-governance/gcg-jadi-kunci-axa-mandiri-jaga-kepercayaan-nasabah
Tanggal Berita	2021-09-07
Sentimen	Netral

GCG Jadi Kunci Axa Mandiri Jaga Kepercayaan Nasabah

by Jethan Kahlil Barlian - September 7, 2021



Rudy Kamdani, Direktur Kepatuhan AXA Mandiri.

Setengah tahun lebih pandemi berlalu. Pelaku usaha kecil hingga korporasi besar tidak memiliki pilihan lain selain beradaptasi di tengah ketidakpastian. Banyak penyesuaian yang tentunya tak terelakkan, mulai dari sisi operasional, sumber daya manusia, hingga mengadopsi teknologi serta praktik baru untuk dapat bertahan. Namun, di balik itu semua, satu hal yang juga tak kalah penting adalah mempertahankan prinsip tata kelola perusahaan yang baik agar tetap berada di garis terdepan dalam jangka waktu panjang.

Faktanya, tata kelola perusahaan yang baik / *Good Corporate Governance* (GCG), tidak hanya akan membantu membentuk citra perusahaan yang bersih dan sehat, namun juga akan membangun dan memperkuat kinerja perusahaan lebih optimal. Bahkan ketika menghadapi situasi yang penuh ketidakpastian seperti saat ini, sehingga dapat bertahan dalam jangka waktu panjang. Laporan *EY Long-Term Value and Corporate Governance Survey* mengungkapkan sebanyak 79% responden pemimpin bisnis mengatakan bahwa perusahaan yang menaruh fokus mereka pada nilai jangka panjang akan menjadi lebih kuat pasca pandemi.

Bagi PT Axa Mandiri Financial Services, meski di tengah ketidakpastian, perusahaan terus membangun budaya yang menerapkan prinsip-prinsip GCG sebagai landasan penting dalam mewujudkan visi dan misi, serta menjaga keberlangsungan perusahaan secara jangka panjang.

Menurut Rudy Kamdani, Direktur Kepatuhan Axa Mandiri, kinerja perusahaan yang maksimal akan tercapai melalui tata kelola perusahaan yang baik. Hal ini yang mendorong untuk mengembangkan dan melaksanakan prinsip-prinsip GCG pada seluruh tingkat operasional. Rudy mengungkapkan bahwa penerapan GCG yang dilakukan perusahaan asuransi ini mengacu pada lima prinsip umum, yang diatur dalam Peraturan OJK tentang Tata Kelola Perusahaan yang Baik bagi Perusahaan Perasuransian antara lain keterbukaan, akuntabilitas, tanggung jawab, kemandirian, dan kesetaraan & kewajaran.

Industri asuransi adalah bisnis kepercayaan, oleh karena itu memastikan kualitas sumber daya manusia yang tepercaya dan berintegritas tinggi menjadi kunci keberlangsungan perusahaan. Dalam penerapan GCG yang terkait dengan akuntabilitas perusahaan perasuransian, seluruh tenaga pemasar telah mengantongi lisensi keagenan (sertifikasi) yang diterbitkan oleh Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI). Selain itu, perusahaan menerapkan berbagai macam metode pengawasan, seperti *mystery shopping* untuk meninjau kepatuhan tenaga pemasar dalam melakukan penjualan suatu produk asuransi.

"Cara ini merupakan salah satu bentuk monitor dan kontrol yang kami terapkan untuk meningkatkan kualitas mereka. Untuk memastikan agar nasabah dapat membeli produk yang tepat dan sesuai dengan kebutuhan perlindungan asuransi mereka, kami pun mewajibkan nasabah untuk melakukan penilaian kesesuaian produk asuransi dan mengisi formulir profil risiko investasi. Selanjutnya, kami juga menerapkan layanan *welcome call* kepada seluruh nasabah kami, untuk memastikan bahwa produk yang mereka beli telah sesuai dengan kebutuhan perlindungan mereka," kata Rudy.

Memiliki lebih dari 2.300 Financial Advisor dan *tele-sales officer*, yang juga disertai dengan 400 *Corporate Sales Officer*, perusahaan memastikan kualitas tenaga pemasar melalui berbagai pelatihan internal yang berkesinambungan. Selain itu, terdapat pula metode *no pass no sell* yang mewajibkan setiap tenaga pemasar untuk mengikuti pelatihan dan lulus ujian sebelum diizinkan untuk memasarkan sebuah produk asuransi.

Apabila ditemukan tenaga pemasar yang melakukan pelanggaran dan melakukan penjualan produk asuransi jiwa kepada nasabah yang tidak sesuai dengan ketentuan yang berlaku, maka Axa Mandiri akan mengenakan sanksi berupa surat peringatan, pengakhiran perjanjian kemitraan, dan/atau pencantuman dalam daftar tenaga pemasar bermasalah di AAJI.

Rudy percaya bahwa implementasi GCG memainkan peranan penting dalam menjalankan roda bisnis perusahaan. Axa Mandiri juga menyusun *action plan*, meliputi tindakan korektif yang diperlukan dan waktu penyelesaian serta kendala atau hambatan penyelesaiannya guna mencapai peningkatan kualitas penerapan GCG secara bertahap dan berkelanjutan.

"Yang terpenting adalah mengaplikasikan prinsip-prinsip GCG secara komprehensif dan saling terintegrasi baik dalam aktivitas penjualan, operasional maupun aktivitas pengelolaan keuangan untuk menciptakan nilai tambah bagi segenap pemangku kepentingan," ungkapnya.

Judul	AXA Mandiri Fokuskan Diri Jadi Perusahaan Jangka Panjang Serta Tata Kelola yang Baik
Nama Media	Infobrand.id
Newstrend	Good Corporate Governance AXA Mandiri
Halaman/URL	https://infobrand.id/axa-mandiri-fokuskan-diri-jadi-perusahaan-jangka-panjang-serta-tata-kelola-yang-baik.phtml
Tanggal Berita	2021-09-07
Sentimen	Netral

AXA Mandiri Fokuskan Diri Jadi Perusahaan Jangka Panjang Serta Tata Kelola yang Baik

Posted by: **Suci Marifah** • 07-09-2021 13:50 WIB • 51 viewer



Dok. AXA Mandiri

JAKARTA, INFOBRAND.ID - Satu setengah tahun lebih pandemi berlalu, pelaku usaha kecil hingga korporasi besar tidak memiliki pilihan lain selain beradaptasi di tengah ketidakpastian. Banyak penyesuaian yang tentunya tak terelakkan, mulai dari sisi operasional, sumber daya manusia, hingga mengadopsi teknologi serta praktik baru untuk dapat bertahan. Namun, di balik itu semua, satu hal yang juga tak kalah penting adalah mempertahankan prinsip tata kelola perusahaan yang baik agar tetap berada di garis terdepan dalam jangka waktu panjang.

Faktanya, Tata Kelola Perusahaan Yang Baik/Good Corporate Governance (GCG), tidak hanya akan membantu membentuk citra perusahaan yang bersih dan sehat, namun juga akan membangun dan memperkuat kinerja perusahaan lebih optimal, bahkan ketika menghadapi situasi yang penuh ketidakpastian seperti saat ini, sehingga dapat bertahan dalam jangka waktu panjang. Laporan EY Long-Term Value and Corporate Governance Survey mengungkap sebanyak 79% responden pemimpin bisnis mengatakan bahwa perusahaan yang menaruh fokus mereka pada nilai jangka panjang akan menjadi lebih kuat pasca pandemi.

Bagi PT AXA Mandiri Financial Services (AXA Mandiri), meski di tengah ketidakpastian, perusahaan terus membangun budaya yang menerapkan prinsip-prinsip GCG sebagai landasan penting dalam mewujudkan visi dan misi, serta menjaga keberlangsungan perusahaan secara jangka panjang. Komitmen perusahaan ini diungkap oleh Rudy Kamdani, Direktur Kepatuhan AXA Mandiri yang telah berkiprah selama lebih dari 20 tahun di industri asuransi.

Menurutnya, kinerja perusahaan yang maksimal akan tercapai melalui tata kelola perusahaan yang baik. Hal ini yang mendorong AXA Mandiri untuk mengembangkan dan melaksanakan prinsip-prinsip GCG pada seluruh tingkat operasional. Rudy mengungkapkan bahwa penerapan GCG yang dilakukan oleh AXA Mandiri mengacu pada 5 prinsip umum, yang diatur dalam Peraturan OJK tentang Tata Kelola Perusahaan yang Baik bagi Perusahaan Perasuransian antara lain Keterbukaan, Akuntabilitas, Tanggung Jawab, Kemandirian, dan Kesenjangan & Kewajaran.

Industri asuransi adalah bisnis kepercayaan, oleh karena itu memastikan kualitas sumber daya manusia yang terpercaya dan berintegrasi tinggi menjadi kunci keberlangsungan perusahaan. Dalam penerapan GCG yang terkait dengan akuntabilitas perusahaan perasuransian, seluruh tenaga pemasar AXA Mandiri telah mengantongi lisensi keagenan (sertifikasi) yang diterbitkan oleh Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI). Selain itu, perusahaan juga menerapkan berbagai macam metode pengawasan, seperti mystery shopping untuk meninjau kepatuhan tenaga pemasar dalam melakukan penjualan suatu produk asuransi.

"Cara ini merupakan salah satu bentuk monitor dan kontrol yang kami terapkan untuk meningkatkan kualitas mereka. Selain itu, untuk memastikan agar nasabah AXA Mandiri membeli produk yang tepat dan sesuai dengan kebutuhan perlindungan asuransi mereka, kami pun mewajibkan nasabah untuk melakukan penilaian kesesuaian produk asuransi dan mengisi formulir profil risiko investasi. Selanjutnya, kami juga menerapkan layanan welcome call kepada seluruh nasabah kami, untuk memastikan bahwa produk yang mereka beli telah sesuai dengan kebutuhan perlindungan mereka," tambahnya.

Memiliki lebih dari 2.300 Financial Advisor dan Tele-sales Officer, yang juga disertai dengan 400 Corporate Sales Officer, AXA Mandiri senantiasa memastikan kualitas tenaga pemasar melalui berbagai pelatihan internal yang berkesinambungan.

Selain itu, terdapat pula metode no pass no sell yang mewajibkan setiap tenaga pemasar untuk mengikuti pelatihan dan lulus ujian sebelum diizinkan untuk memasarkan sebuah produk asuransi.

Apabila ditemukan tenaga pemasar yang melakukan pelanggaran dan melakukan penjualan produk asuransi jiwa kepada nasabah yang tidak sesuai dengan ketentuan yang berlaku, maka AXA Mandiri akan mengenakan sanksi berupa surat peringatan, pengakhiran perjanjian kemitraan, dan/atau pencantuman dalam daftar tenaga pemasar bermasalah di AAJI.

Judul	Perlindungan Jiwa Hingga Rp 5 Miliar
Nama Media	Warta Kota
Newstrend	Produk Asuransi Jiwa ASLI Flexi Life Protection
Halaman/URL	5
Tanggal Berita	2021-09-08
Sentimen	Netral



Judul	BERITA FOTO – Publik Expose SINARMAS MSIG LIFE
Nama Media	Bisnis Indonesia
Newstrend	Kinerja Bisnis Sinarmas MSIG Life Semester I/2021
Halaman/URL	10
Tanggal Berita	2021-09-08
Sentimen	Netral

■ PUBLIK EXPOSE SINARMAS MSIG LIFE



Bisnis/Fanny Kusumawardhani

Layar menampilkan Presiden Direktur PT Asuransi Jiwa Sinarmas MSIG Tbk. Wianto Chen (jaya kiri) dan Direktur Herman Sulistyو memberikan pemaparan pada Public Expose Sinarmas MSIG Life di Jakarta, Selasa (7/9). PT Asuransi Jiwa Sinarmas MSIG Life Tbk. mengumumkan pertumbuhan premi bisnis

baru (APE) pada 2020 sebesar 15% dan selanjutnya di semester I/2021 sebesar 49% dibandingkan tahun sebelumnya yang diikuti dengan pertumbuhan jumlah nasabah individu sebesar 13% di tahun 2020 dan selanjutnya sebesar 17% di semester I/2021.

Judul	Kinerja Positif, SINARMAS MSIG LIFE Tingkatkan Layanan Digital
Nama Media	Investor Daily
Newstrend	Kinerja Bisnis Sinarmas MSIG Life Semester I/2021
Halaman/URL	24
Tanggal Berita	2021-09-08
Sentimen	Netral

Kinerja Positif, Sinarmas MSIG Life Tingkatkan Layanan Digital

JAKARTA – PT Asuransi Jiwa Sinarmas MSIG Tbk (Sinarmas MSIG Life) membukukan kinerja bisnis positif sampai semester I-2021. Upaya mempertahankan kinerja itu di antaranya dilakukan dengan meningkatkan kualitas produk dan layanan digital.

Presiden Direktur Sinarmas MSIG Life Wianto Chen menyampaikan, selama periode tahun 2021-2023, perusahaan akan fokus pada ekspansi bisnis yang disertai dengan peningkatan kualitas produk dan layanan digital maupun model bisnis yang ramah lingkungan. “Agar dapat terus tumbuh secara berkelanjutan dan menjadi mitra asuransi yang terpercaya dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat Indonesia,” jelas dia melalui keterangan resmi, Selasa (7/9).

Dari sisi kinerja bisnis, Sinar-

mas MSIG Life mencatat pertumbuhan premi bisnis baru (APE) tahun 2020 sebesar 15% dan berlanjut tumbuh 49% pada semester I-2021. Pertumbuhan premi diikuti penambahan 13% jumlah nasabah individu pada 2020 dan kembali naik 17% pada semester I-2021.

Adapun pertumbuhan *return on equity* (ROE) perusahaan naik 11,4%, seiring dengan kinerja laba yang terjaga dan tingkat solvabilitas yang meningkat. Hal itu turut mendorong *risk based capital* (RBC) perusahaan di level 1.368%, di atas persyaratan minimum Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sebesar 120%.

Wianto menjelaskan, pencapaian tersebut menunjukkan implementasi atas strategi *expand-to-grow* 2025 pada tahun pertama yang berfokus pada transformasi bisnis, transfor-

masi digital dan transformasi organisasi. Implementasi pun dinilai sudah berada di jalur yang benar.

Strategi *expand-to-grow* 2025 merupakan strategi jangka menengah yang bertumpu kepada tiga pilar. Pertama, transformasi bisnis dengan melakukan ekspansi pada kanal distribusi yang berfokus di pasar ritel serta pengembangan produk yang fokus dengan proteksi.

Kedua, layanan dan sistem pendukung yang prima melalui transformasi organisasi dan pemberdayaan SDM, serta proses digitalisasi yang berorientasi kepada pelayanan atas kebutuhan nasabah. Ketiga, kekuatan Keuangan dan tata kelola perusahaan yang baik melalui optimalisasi modal dan investasi maupun manajemen risiko.

“Di tengah kondisi pandemi,

Sinarmas MSIG Life telah menunjukkan komitmennya dalam rangka melindungi masyarakat Indonesia dengan proteksi kesehatan dan jiwa dengan membayar klaim kesehatan dan klaim meninggal dunia sebesar Rp 228 miliar selama tahun berjalan 2021, di mana 30% dari jumlah tersebut merupakan klaim berkenaan dengan perlindungan Covid-19,” jelas Wianto.

Sinarmas MSIG Life memastikan bahwa perusahaan tetap tangguh di dalam kondisi perekonomian yang menurun lewat realisasi posisi keuangan yang semakin kuat. Direktur Sinarmas MSIG Life Herman Sulistyو mengatakan, perusahaan secara konsisten berhasil menjaga keberlanjutan pertumbuhan bisnis baru melalui perluasan segmentasi tenaga pemasar dan nasabah. (pri)

Judul	Pembayaran Klaim Asuransi Sinarmas Capai Rp 228 Miliar, 30 Persennya terkait Covid-19
Nama Media	Kompas.com
Newstrend	Kinerja Bisnis Sinarmas MSIG Life Semester I/2021
Halaman/URL	https://money.kompas.com/read/2021/09/07/190446726/pembayaran-klaim-asuransi-sinarmas-capai-rp-228-miliar-30-persennya-terkait
Tanggal Berita	2021-09-07
Sentimen	Netral

Home / Money / Whats New

Pembayaran Klaim Asuransi Sinarmas Capai Rp 228 Miliar, 30 Persennya terkait Covid-19

Kompas.com · 07/09/2021, 19:04 WIB

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

Komentar



Illustrasi asuransi jiwa. (SHUTTERSTOCK/RESPHEL.PL)

Penulis: Kiki Safitri | Editor: Yoga Sukmana

JAKARTA, KOMPAS.com – PT Asuransi Jiwa Sinarmas Tbk (MSIG) mencatatkan total pembayaran klaim kesehatan dan meninggal dunia sebesar Rp 228 miliar selama 2021.

Hal ini disampaikan oleh Wianto Chen, Presiden Direktur Sinarmas MSIG Life dalam public expose live, Selasa (7/9/2021).

"Di tengah kondisi pandemi, Sinarmas MSIG Life telah membayarkan klaim kesehatan dan klaim meninggal dunia sebesar Rp 228 miliar selama tahun berjalan 2021, di mana 30 persen dari jumlah tersebut merupakan klaim berkenaan dengan perlindungan Covid-19," kata Wianto Chen.

Wianto mengatakan, operasional perseroan cukup terkendali meskipun di tengah kenaikan klaim kematian dan rumah sakit yang harus dibayarkan.

Baca juga: [Ini Syarat Penerima BLT untuk PKL dan Warteg Sebesar Rp 1,2 Juta](#)

Perseroan juga mencatat pertumbuhan premi distribusi bancassurance, di mana produk unit-linked tumbuh 38 persen secara tahunan, dan produk tradisional tumbuh 20 persen secara tahunan.

"Untuk yang tradisional (asuransi) didorong karena memang demand-nya naik karena kesadaran masyarakat terutama akibat kondisi Covid-19. Untuk single premium dan unit-linked, banyak dipengaruhi situasi market," ungkap Wianto.

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

Sinarmas mencatatkan pertumbuhan premi bisnis baru (APE) di tahun 2020 sebesar 15 persen dan selanjutnya di semester I-2021 sebesar 49 persen. Sementara itu, pertumbuhan jumlah nasabah individu sebesar 13 persen di tahun 2020 dan selanjutnya sebesar 17 persen di semester I-2021.

Adapun, pertumbuhan Return on Equity (RoE) perusahaan naik sebesar 11,4 persen, seiring dengan kinerja laba yang terjaga dan tingkat solvabilitas yang meningkat, menjadikan RBC perusahaan berada di level 1.368 persen, di atas persyaratan minimum Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sebesar 120 persen.

Direktur Sinarmas MSIG Life Herman Sulistyio menjelaskan, Sinarmas MSIG Life juga berupaya untuk tetap tangguh di dalam kondisi perekonomian yang menurun.

Baca juga: [Lewat Platform Ini, KPK Terima 763 Aduan Terkait Penyaluran BLT UMKM](#)

Dia bilang, secara konsisten, perusahaan menjaga keberlanjutan pertumbuhan bisnis baru melalui perluasan segmentasi tenaga pemasar dan nasabah. Hal ini didukung implementasi transformasi melalui restrukturisasi organisasi yang mulai dilakukan sejak tahun lalu.

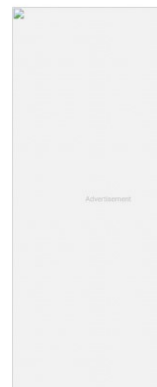
"Transformasi melalui restrukturisasi organisasi berhasil meningkatkan produktivitas karyawan dan efisiensi biaya hingga tercapainya pertumbuhan laba bersih," ungkap Herman.

Adapun strategi yang dilakukan melalui strategi Expand-to-Grow 2025 di tahun pertama yang berfokus pada transformasi bisnis, transformasi digital dan transformasi organisasi.

Direktur Sinarmas MSIG Life Andrew Bain menyatakan perseroan siap menghadapi era disruptif digital disertai perubahan regulasi.

Akselerasi digital menjadi salah satu kunci keberhasilan industri asuransi secara umum dan perusahaan secara khusus agar mampu bersaing seiring dengan perubahan kebutuhan pasar dan perkembangan teknologi.

"Perusahaan saat ini telah menjalankan proses kerja secara paperless, mengimplementasikan sistem kerja Work from Anywhere secara digital dan berbagai inisiatif lain untuk meningkatkan skalabilitas," kata Andrew.



TERPOPULER

- 1 Bos BCA: 10 Tahun dari Sekarang Kita Hanya Akan Melihat 3 Bank Digital
Dibaca 21.154 kali
- 2 Tanggapan GrabFood, ShopeeFood, dan GoFood Disomasi karena Fasilitas
Dibaca 9.504 kali
- 3 Segera Daftar BPUM 2021 untuk Dapat BLT UMKM
Dibaca 6.705 kali
- 4 PKM Berlanjut, Ini Aturan Lengkap untuk Resepi Pernikahan
Dibaca 5.359 kali
- 5 Kemenko Marves: Proyek Cismudawu Bisa Selesai 2021, Asalkan...
Dibaca 5.032 kali

sonora.id

Strategi Penting untuk Pengambilan Keputusan

Strategi Penting untuk Pengambilan Keputusan Agar Tidak Menyesal

Ramalan Shio Hari Ini September: 3 Shio yang Akan Dikunjungi Keberuntungan

Kunjungi kanal-kanal Sonora.id

Motivasi Fengshui Tips Bisnis Kita

Judul	Sinarmas MSIG Life kantong premi Rp 1,93 triliun di kuartal II 2021
Nama Media	Kontan.co.id
Newstrend	Kinerja Bisnis Sinarmas MSIG Life Semester I/2021
Halaman/URL	https://keuangan.kontan.co.id/news/sinarmas-msig-life-kantongi-premi-rp-193-triliun-di-kuartal-ii-2021
Tanggal Berita	2021-09-07
Sentimen	Netral

Sinarmas MSIG Life kantong premi Rp 1,93 triliun di kuartal II 2021

Selasa, 07 September 2021 / 22:48 WIB



ILUSTRASI: Penegas keamanan beraga di kantor Asuransi Jiwa Indonesia (AJI) Jakarta, Minggu (12/07). Sinarmas MSIG Life Kantongi Premi Rp 1,93 Triliun di Kuartal II 2021

Reporter: **Ferika Sari** | Editor: **Noverius Laoli**



KONTAN.CO.ID - JAKARTA. Memasuki tengah tahun, PT Asuransi Jiwa Sinarmas MSIG Tbk. (Sinarmas MSIG Life) masih mencatatkan kinerja positif. Perusahaan makin optimistis kinerja ke depan akan semakin baik. Berdasarkan laporan keuangan perusahaan, Sinarmas MSIG Life kantong pendapatan premi Rp 1,93 triliun pada triwulan II 2021. Nilai itu meningkat 45,11% dibandingkan tahun lalu yakni Rp 1,33 triliun.

Sinarmas MSIG Life juga mengumumkan pertumbuhan premi bisnis baru (APE) tahun 2020 sebesar 15%. Sementara pada semester I-2021 tumbuh 49% dibandingkan tahun sebelumnya. Diikuti pertumbuhan jumlah nasabah individu 13% di tahun 2020 dan 17% di semester I 2021.

Adapun, pertumbuhan *Return on Equity* (RoE) perusahaan naik sebesar 11,4%, seiring dengan kinerja laba yang terjaga dan tingkat solvabilitas yang meningkat, menjadikan RBC perusahaan berada di level 1.368% atau di atas persyaratan minimum Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sebesar 120%.

Baca Juga: **MSIG Life masih catatkan koreksi laba hingga 30,06% di semester I-2021**

Presiden Direktur Sinarmas MSIG Life Wianto Chen mengungkapkan, pencapaian itu berkat implementasi strategi *Expand-to-Grow 2025* di tahun pertama sudah sesuai jalur yang tepat. Strategi ini fokus pada transformasi bisnis, transformasi digital dan transformasi organisasi sudah berada di jalur yang benar.

Strategi tersebut memuat tiga aspek. *Pertama*, transformasi bisnis melalui ekspansi kanal distribusi yang berfokus di pasar ritel serta pengembangan produk yang fokus dengan proteksi.

Kedua, layanan dan Sistem Pendukung yang Prima melalui transformasi organisasi dan pemberdayaan SDM, serta proses digitalisasi yang berorientasi kepada pelayanan atas kebutuhan nasabah.

Ketiga, kekuatan keuangan dan tata kelola perusahaan yang baik melalui optimalisasi modal dan investasi maupun manajemen risiko," kata Wianto, dalam keterangan resmi, Selasa (7/9).

Baca Juga: **Mengail Cuan Dividen Emiten Asuransi**

Di tengah kondisi pandemi, Sinarmas MSIG Life telah menunjukkan komitmennya dalam rangka melindungi masyarakat Indonesia dengan proteksi kesehatan dan jiwa dengan membayarkan klaim kesehatan dan klaim meninggal dunia sebesar Rp228 milyar selama tahun berjalan 2021. Dari jumlah itu, 30% merupakan klaim berkenaan dengan perlindungan Covid-19.

Tak hanya itu, perusahaan juga berhasil menjaga keberlanjutan pertumbuhan bisnis baru melalui perluasan segmentasi tenaga pemasar dan nasabah. Pencapaian ini didukung restrukturisasi organisasi yang dilakukan sejak tahun lalu dan berhasil meningkatkan produktivitas karyawan dan efisiensi biaya hingga tercapainya pertumbuhan laba bersih.

"Sepanjang tahun 2021–2023, perusahaan akan fokus pada ekspansi bisnis yang disertai dengan peningkatan kualitas produk dan layanan digital maupun model bisnis yang ramah lingkungan agar dapat terus tumbuh secara berkelanjutan," tutupnya.

Judul	Semester I/2021, Prudential Life Cetak Laba Rp1,92 Triliun
Nama Media	Bisnis.com
Newstrend	Kinerja Bisnis Prudential Life Semester I/2021
Halaman/URL	https://finansial.bisnis.com/read/20210907/215/1439246/semester-i2021-prudential-life-cetak-laba-rp192-triliun
Tanggal Berita	2021-09-07
Sentimen	Netral

Semester I/2021, Prudential Life Cetak Laba Rp1,92 Triliun

Total pendapatan premi Prudential Indonesia sebesar Rp11,4 triliun. Pendapatan premi regulir Prudential Indonesia adalah yang terbesar di industri asuransi jiwa Indonesia.

Cerita Raeliza Melanove - Bisnis.com
07 September 2021 / 17:40 WIB



Logo Prudential - Biosk

Bisnis.com, JAKARTA - PT Prudential Life Assurance (Prudential Indonesia) berhasil mengantongi laba senilai Rp1,92 triliun sampai dengan Juni 2021.

Berdasarkan laporan keuangan Prudential Indonesia per Juni 2021 (unaudited), laba tersebut turun 20 persen dibandingkan periode yang sama tahun lalu yang mencapai Rp2,4 triliun.

Dari sisi pendapatan premi bruto juga mengalami penurunan dari Rp11,9 triliun pada semester I/2020 menjadi Rp11,4 triliun pada semester I/2021.

| Baca Juga : Prudential: Polis Asuransi Tradisional & Premi Murah Makin Laris di Era Pandemi

Lukito Hambali, Chief Marketing and Communications Officer Prudential Indonesia, mengatakan bahwa pendapatan premi pada paruh pertama tahun ini sebagian besar berasal dari premi regulir dan juga ditopang oleh pertumbuhan pendapatan dari produk dengan premi yang terjangkau.



Rumah 2 Lantai DP Kami bayarin

"Total pendapatan premi Prudential Indonesia sebesar Rp11,4 triliun. Pendapatan premi regulir Prudential Indonesia adalah yang terbesar di industri asuransi jiwa Indonesia. Artinya, perusahaan terus menghadirkan perlindungan berkelanjutan serta menyediakan kesempatan kepada nasabahnya untuk berinvestasi bagi masa depan mereka," ujar Lukito kepada Bisnis, baru-baru ini.

Sedangkan dari sisi aset, kata Lukito, Prudential Indonesia memiliki total aset sebesar Rp71 triliun hingga kuartal II/2021 dan diproyeksikan total aset investasi sebesar Rp65,2 triliun yang dikelola dengan praktik investasi yang bertanggungjawab.

| Baca Juga : Prudential Indonesia Tawarkan Produk Eksklusif bagi Nasabah Tajir

Da menuratkan, kinerja keuangan Prudential Indonesia hingga kuartal kedua tetap tangguh berkat fokus perusahaan untuk terus mewujudkan perlindungan jiwa, kesehatan, dan juga finansial jangka panjang bagi nasabahnya.

Fokus ini terlihat dari berbagai inovasi yang dihadirkan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan nasabahnya yang kian beragam, serta kemampuan digital yang selalu ditingkatkan agar dapat melindungi dan melayani lebih banyak masyarakat Indonesia.

Beberapa inovasi yang diluncurkan di tahun ini, termasuk Asuransi Jiwa PRUManaan, Asuransi Jiwa Syariah PRUDonah yang menawarkan manfaat dana pendidikan bulanan dan tambahan dana pendidikan, hingga beragam solusi perlindungan yang sederhana dengan premi yang sangat terjangkau melalui layanan produk PRUProtect Care yang bisa diakses dari aplikasi Pulse by Prudential (Pulse).

Selain dengan misi perusahaan untuk selalu mendengarkan dan memahami kebutuhan nasabahnya akan solusi perlindungan jiwa, kesehatan dan finansial, Prudential Indonesia juga terus fokus pada pengembangan inovasi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang kian beragam dan juga kian berkembang.

Hal itu diwujudkan dalam bentuk produk dan layanan yang inovatif, termasuk diantaranya berbagai ragam jenis pilihan produk asuransi jiwa, mulai dari tradisional hingga yang berkaitan dengan investasi dan juga yang berbasis syariah.

"Selama pandemi ini kami juga mulai melihat meningkatnya kontribusi dari produk produk tradisional terhadap kinerja Prudential Indonesia," kata Lukito.

Dalam hal pelayanan Prudential Indonesia juga menghadirkan Prestige, sebuah layanan eksklusif pertama dari Prudential Indonesia untuk bagi nasabah prioritas/para yang menyediakan perlindungan jiwa, kesehatan, aset, dan finansial secara lebih optimal untuk memenuhi kebutuhan unik dan spesifik dalam memোনান dan melindungi pengelolaan keuangannya.

Judul	Danamon dan Manulife meluncurkan PPMD untuk persiapan peninggalan berharga
Nama Media	Jateng.antaranews.com
Newstrend	Produk Bancassurance Manulife
Halaman/URL	https://jateng.antaranews.com/berita/402102/danamon-dan-manulife-luncurkan-ppmd-untuk-persiapan-peninggalan-berharga
Tanggal Berita	2021-09-07
Sentimen	Netral

Danamon dan Manulife meluncurkan PPMD untuk persiapan peninggalan berharga

© Selasa, 7 September 2021 15:01 WIB



Minat masyarakat pada asuransi jiwa cenderung meningkat dan data AAJI pada kuartal IV 2020 menunjukkan peningkatan pendapatan asuransi jiwa dari Kuartal III Tahun 2020 ke Kuartal IV Tahun 2020 sebesar 82 persen. ANTARA/HO-Manulife

Semarang (ANTARA) - Danamon dan Manulife Indonesia meluncurkan produk Proteksi Prima Masa Depan (PPMD), asuransi dwiguna individu yang dipenuntukkan mempersiapkan peninggalan berharga bagi keluarga maupun generasi masa depan.

"Danamon bersama Manulife Indonesia terus memberikan beragam solusi perlindungan kepada nasabah. Ketidaktetapan akan selalu ada, namun merupakan komitmen kuat kami bersama Manulife Indonesia dalam membantu nasabah menghadapi risiko di masa depan, salah satunya dengan menghadirkan solusi Proteksi Prima Masa Depan," kata Wakil Direktur Utama Danamon Michellina Triwardhary.

Ia mengatakan sejak pandemi, minat masyarakat pada asuransi jiwa cenderung meningkat dan data AAJI pada kuartal IV 2020 menunjukkan peningkatan pendapatan asuransi jiwa dari Kuartal III Tahun 2020 ke Kuartal IV Tahun 2020 sebesar 82 persen.

Bahkan dari data AAJI yang sama, lanjutnya, menunjukkan total pendapatan premi baru melalui saluran bancassurance meningkat dari Rp63 triliun di kuartal IV tahun 2019 menjadi Rp71 triliun di Kuartal IV Tahun 2020.

Tumbuhnya minat terhadap asuransi jiwa ini mendukung komitmen bersama Bank Danamon dan Manulife Indonesia untuk memenuhi kebutuhan perlindungan keluarga Indonesia.

Minat masyarakat Indonesia terkait asuransi di tengah pandemi juga terungkap dalam Survey Manulife Asia Care 2020 yaitu, sebanyak 72 persen nasabah yang telah memiliki asuransi mengatakan bahwa mereka berencana membeli tambahan asuransi dalam 18 bulan ke depan atau lebih tinggi dari rata-rata di kawasan Asia yakni sebesar 62 persen. Keinginan responden di Indonesia untuk menambah perlindungan produk asuransi jiwa tercatat sebesar 30 persen.

"Perencanaan keuangan masa depan dapat dimulai saat ini. Proteksi Prima Masa Depan memberikan beragam manfaat yang dibutuhkan untuk masa depan serta perencanaan finansial yang lebih matang di tengah ketidakpastian COVID-19," katanya.

Asuransi dwiguna, katanya, hadir sebagai jawaban atas kebutuhan masyarakat Indonesia untuk memiliki peninggalan berharga yang optimal demi keamanan masa depan orang-orang tersayang.

"Asuransi ini juga memungkinkan pemegang polis memperoleh 100 persen dari Dana Masa Depan pada Manfaat Akhir Masa Pertanggungan serta tersedia manfaat meninggal akibat kecelakaan. Dengan memiliki produk ini, persiapan peninggalan berharga akan semakin terencana dengan baik terutama untuk generasi selanjutnya," kata Ryan Charland, CEO & Presiden Direktur Manulife Indonesia.

Saat ini jumlah nasabah The High Net Worth - HNW Danamon dan Manulife Indonesia mencapai lebih dari 2.400 nasabah dan sebagian besar HNW terdapat di wilayah Jakarta dan sisanya tersebar di beragam wilayah seperti Bandung, Surabaya maupun Medan.

Jumlah tersebut solusi perlindungan sekaligus perencanaan keuangan bagi segmen affluent yang memberikan manfaat perlindungan jangka panjang untuk mempersiapkan Dana Masa Depan.

Produk Proteksi Prima Masa Depan menawarkan beragam keunggulan antara lain Polis fleksibel yang dapat dilanjutkan untuk generasi penerus¹. Polis bisa terbit hingga usia 70 tahun², total hingga 600 persen Dana Masa Depan berupa Manfaat Pembayaran Tunai Tahunan & Manfaat Akhir Masa Pertanggungan³; tambahan Manfaat Tunai Akhir Masa Pertanggungan hingga 1500 persen⁴.

Kemudian Dana Masa Depan; tersedia asuransi tambahan perlindungan jiwa, Advanced Life Protector Extra; Tersedia Manfaat Kecelakaan Masyarakat dapat memiliki Proteksi Prima Masa Depan (PPMD) dengan menghubungi tenaga pemasar Manulife Indonesia yang terdapat di kantor cabang Bank Danamon Indonesia di kota masing-masing atau kunjungi www.danamon.co.id untuk informasi lebih lanjut.

¹Keterangan ²Perubahan Tertanggung hanya dapat dilakukan maksimal 3x selama Masa Pertanggungan, ³Sesuai Syarat dan Ketentuan yang berlaku, dan ⁴Menggunakan skenario tingkat pengembalian sedang untuk mata uang IDR⁵ tutupnya.

Judul	Danamon and Manulife Luncurkan Proteksi Prima Masa Depan
Nama Media	Jatengpos.co.id
Newstrend	Produk Bancassurance Manulife
Halaman/URL	https://jatengpos.co.id/danamon-and-manulife-luncurkan-proteksi-prima-masa-depan/arif/
Tanggal Berita	2021-09-07
Sentimen	Netral

Danamon and Manulife Luncurkan Proteksi Prima Masa Depan

Persiapan Peninggalan Berharga

7 September 2021 19:50



PPMD- Danamon dan Manulife Indonesia meluncurkan produk Proteksi Prima Masa Depan (PPMD), asuransi dwiguna individu yang diperuntukkan mempersiapkan peninggalan berharga bagi keluarga maupun generasi masa depan. FOTO : ISTANING KARDIRAJATENG POS



JATENGPOS.CO.ID, JAKARTA– Sebagai wujud komitmen kepada keluarga Indonesia, Danamon dan Manulife Indonesia meluncurkan produk Proteksi Prima Masa Depan (PPMD), asuransi dwiguna individu yang diperuntukkan mempersiapkan peninggalan berharga bagi keluarga maupun generasi masa depan.

"Danamon bersama Manulife Indonesia berupaya untuk terus memberikan beragam solusi perlindungan kepada nasabah. Ketidakpastian akan selalu ada, namun merupakan komitmen kuat kami bersama Manulife Indonesia dalam membantu nasabah menghadapi risiko di masa depan, salah satunya dengan menghadirkan solusi Proteksi Prima Masa Depan. Kami harap produk ini bisa menjadi solusi untuk memenuhi kebutuhan finansial nasabah demi masa depan yang baik," ujar Wakil Direktur Utama Danamon, Michellina Triwardhany.

Pandemi yang telah berlangsung sejak 2020, mendorong minat masyarakat pada asuransi jiwa cenderung meningkat. Data AAJI pada kuartal IV 2020 menunjukkan peningkatan pendapatan asuransi jiwa dari Kuartal III Tahun 2020 ke Kuartal IV Tahun 2020 sebesar 82%.

Bahkan dari data AAJI yang sama menunjukkan bahwa Total Pendapatan Premi Baru melalui saluran bancassurance meningkat dari Rp 63 triliun di Kuartal IV Tahun 2019 menjadi Rp 71 triliun di Kuartal IV Tahun 2020. Tumbuhnya minat terhadap asuransi jiwa ini mendukung komitmen bersama Bank Danamon dan Manulife Indonesia untuk memenuhi kebutuhan perlindungan keluarga Indonesia.

Minat masyarakat Indonesia terkait asuransi di tengah pandemi juga terungkap dalam Survey Manulife Asia Care 2020 yaitu, sebanyak 72% nasabah yang telah memiliki asuransi mengatakan bahwa mereka berencana membeli tambahan asuransi dalam 18 bulan ke depan. Hal ini jauh lebih tinggi dari rata-rata di kawasan Asia yakni sebesar 62%. Keinginan responden di Indonesia untuk menambah perlindungan produk asuransi jiwa tercatat sebesar 30%.

"Perencanaan keuangan masa depan dapat dimulai saat ini. Proteksi Prima Masa Depan memberikan beragam manfaat yang dibutuhkan untuk masa depan serta perencanaan finansial yang lebih matang di tengah ketidakpastian Covid-19. Asuransi dwiguna inovatif ini hadir sebagai jawaban atas kebutuhan masyarakat Indonesia untuk memiliki peninggalan berharga yang optimal demi keamanan masa depan orang-orang tersayang. Asuransi ini juga memungkinkan pemegang polis memperoleh 100% dari Dana Masa Depan pada Manfaat Akhir Masa Pertanggunganserta tersedia manfaat meninggal akibat kecelakaan. Dengan memiliki produk ini, persiapan peninggalan berharga akan semakin terencana dengan baik terutama untuk generasi selanjutnya," papar Ryan Charland, CEO & Presiden Direktur Manulife Indonesia.

Tercatat, saat ini jumlah nasabah The High Net Worth – HNW Danamon dan Manulife Indonesia mencapai lebih dari 2.400 nasabah. Sebagian besar HNW terdapat di wilayah Jakarta dan sisanya tersebar di beragam wilayah seperti Bandung, Surabaya maupun Medan. Jumlah tersebut merupakan potensi bagi BDI maupun Manulife Indonesia untuk terus berinovasi memberikan

solusi perlindungan sekaligus perencanaan keuangan bagi segmen affluent yang memberikan manfaat perlindungan jangka panjang untuk mempersiapkan Dana Masa Depan. Produk Proteksi Prima Masa Depan menawarkan beragam keunggulan antara lain; Polis fleksibel yang dapat dilanjutkan untuk generasi penerusnya, Polis bisa terbit hingga usia 70 tahun, Total hingga 600% Dana Masa Depan berupa Manfaat Pembayaran Tunai Tahunan & Manfaat Akhir Masa Pertanggunganserta.

Adapun tambahan Manfaat Tunai Akhir Masa Pertanggunganserta hingga 1500% Dana Masa Depan. Tersedia asuransi tambahan perlindungan jiwa, Advanced Life Protector Extra. Tersedia Manfaat Kecelakaan Masyarakat dapat memiliki Proteksi Prima Masa Depan (PPMD) dengan menghubungi tenaga pemasar Manulife Indonesia yang terdapat di kantor cabang Bank Danamon Indonesia di kotamasing-

Judul	Permintaan Asuransi Jiwa Saat Pandemi Meningkat, Manulife Luncurkan PPMD
Nama Media	Jateng.idntimes.com
Newstrend	Produk Bancassurance Manulife
Halaman/URL	https://jateng.idntimes.com/business/economy/anggung-puspitoningrum-1/permintaan-asuransi-jiwa-saat-pandemik-meningkat-manulife-luncurkan-ppmd/1
Tanggal Berita	2021-09-08
Sentimen	Netral

16

Business > Economy

08 Sep 21 | 06:40

Permintaan Asuransi Jiwa Saat Pandemi Meningkat, Manulife Luncurkan PPMD

Asuransi dwiguna PPMD memproteksi peninggalan berharga



Nasabah asuransi Manulife mendapatkan informasi terkait produk baru Proteksi Prima Masa Depan. (dok. Manulife)



Verified
Anggun Puspitoningrum



Share to Facebook



Share to Twitter

Semarang, IDN Times - Permintaan asuransi jiwa pada masa pandemi COVID-19 meningkat. Kondisi itu mengacu data dari Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) sejak tahun 2020.

1. Pendapatan asuransi jiwa tumbuh 82 persen



Nasabah asuransi Manulife mendapatkan informasi terkait produk baru Proteksi Prima Masa Depan. (dok. Manulife)

Terjadi peningkatan pendapatan asuransi jiwa sebesar 82 persen pada kuartal IV 2020 dibandingkan kuartal III 2020. Kemudian, total pendapatan premi baru melalui saluran bancassurance meningkat dari Rp 63 triliun di kuartal IV 2019 menjadi Rp 71 triliun di kuartal IV 2020.

Selain itu, minat masyarakat Indonesia terkait asuransi di tengah pandemi juga terungkap dalam Survey Manulife Asia Care 2020. Sebanyak 72 persen nasabah yang telah memiliki asuransi mengatakan bahwa mereka berencana membeli tambahan asuransi dalam 18 bulan ke depan. Hal ini jauh lebih tinggi dari rata-rata di kawasan Asia yakni sebesar 62 persen. Keinginan responden di Indonesia untuk menambah perlindungan produk asuransi jiwa tercatat sebesar 30 persen.

Tumbuhnya minat terhadap asuransi jiwa ini mendukung komitmen bersama Bank Danamon dan Manulife Indonesia untuk memenuhi kebutuhan perlindungan keluarga Indonesia. Sehingga, kedua pihak tersebut meluncurkan produk Proteksi Prima Masa Depan (PPMD).

2. Manulife gandeng Danamon luncurkan asuransi dwiguna individu



Wakil Direktur Utama Danamon, Michellina Triwardhany mengatakan, PPMD merupakan asuransi dwiguna individu yang diperuntukkan mempersiapkan peninggalan berharga bagi keluarga maupun generasi masa depan.

"Kami bersama Manulife Indonesia berupaya untuk terus memberikan beragam solusi perlindungan kepada nasabah. Ketidakpastian akan selalu ada, namun merupakan komitmen kuat kami bersama Manulife Indonesia dalam membantu nasabah menghadapi risiko di masa depan, salah satunya dengan menghadirkan solusi Proteksi Prima Masa Depan (PPMD)," ungkapnyanya dalam keterangan resmi yang diterima *IDN Times*, Selasa (7/9/2021).

Produk asuransi tersebut bisa menjadi solusi untuk memenuhi kebutuhan finansial nasabah demi masa depan yang lebih baik. Sebab, PPMD memberikan manfaat yang dibutuhkan untuk masa depan serta perencanaan finansial yang lebih matang di tengah ketidakpastian COVID-19.

3. Pemegang polis memperoleh 100 persen dari dana masa depan



Adapun, keunggulannya antara lain polis fleksibel yang dapat dilanjutkan untuk generasi penerusnya, polis bisa terbit hingga usia 70 tahun, total hingga 600 persen Dana Masa Depan berupa Manfaat Pembayaran Tunai Tahunan dan Manfaat Akhir Masa Pertanggungan. Selain itu, masih ada tambahan manfaat tunai akhir masa pertanggungan hingga 1500 persen Dana Masa Depan, tersedia asuransi tambahan perlindungan jiwa Advanced Life Protector Extra dan tersedia manfaat kecelakaan.

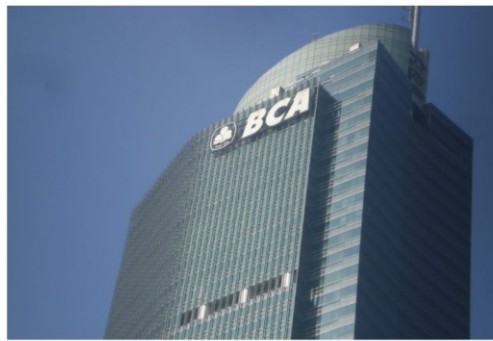
"Asuransi dwiguna inovatif ini hadir sebagai jawaban atas kebutuhan masyarakat Indonesia untuk memiliki peninggalan berharga yang optimal demi keamanan masa depan orang-orang tersayang. Asuransi ini juga memungkinkan pemegang polis memperoleh 100 persen dari dana masa depan pada manfaat akhir masa pertanggungan serta tersedia manfaat meninggal akibat kecelakaan. Dengan memiliki produk ini, persiapan peninggalan berharga akan semakin terencana dengan baik terutama untuk generasi selanjutnya," jelas CEO and Presiden Direktur Manulife Indonesia, Ryan Charland.

Sementara itu, tercatat saat ini jumlah nasabah The High Net Worth - HNW Danamon dan Manulife Indonesia mencapai lebih dari 2.400 nasabah. Sebagian besar HNW terdapat di wilayah Jakarta dan sisanya tersebar di berbagai wilayah seperti Bandung, Surabaya, Semarang maupun Medan. Jumlah tersebut merupakan potensi bagi BDI maupun Manulife Indonesia untuk terus berinovasi memberikan solusi perlindungan sekaligus perencanaan keuangan bagi segmen affluent yang memberikan manfaat perlindungan jangka panjang untuk mempersiapkan Dana Masa Depan.

Judul	BCA Kerja Sama dengan AIA Luncurkan Asuransi Kesehatan Medic Pro
Nama Media	Theiconomics.com
Newstrend	Produk Bancassurance AIA Financial
Halaman/URL	https://www.theiconomics.com/brand-equity/bca-kerja-sama-dengan-aia-luncurkan-asuransi-kesehatan-medic-pro/
Tanggal Berita	2021-09-07
Sentimen	Netral

BCA Kerja Sama dengan AIA Luncurkan Asuransi Kesehatan Medic Pro

Editor: Kristian Ginting September 7, 2021



Kantor pusat BCA/BCA

Iconomics - PT **Bank Central Asia** (BCA) bekerja sama dengan PT **AIA Financial** meluncurkan produk proteksi kesehatan dengan fasilitas kelas dunia *Premier Medical Protection* (Medic Pro). Medic Pro menjawab kebutuhan proteksi masyarakat yang mendambakan kenyamanan saat mengakses layanan kesehatan di dalam dan luar negeri.

Produk asuransi tradisional ini memberikan proteksi kesehatan komprehensif dengan total limit perlindungan hingga Rp 65 miliar dan jangkauan rumah sakit hingga seluruh dunia. "Peluncuran Medic Pro merupakan bukti nyata kolaborasi antara 2 institusi terkemuka perbankan dan asuransi, BCA bersama AIA untuk memberikan perlindungan dan layanan yang tepat bagi masyarakat Indonesia," kata Wakil Presiden Direktur BCA Suwignyo Budiman dalam keterangannya, Selasa (7/9).

Suwignyo mengatakan, pihaknya bersama AIA konsisten meluncurkan berbagai inovasi proteksi yang dapat membantu masyarakat menjalani hidup di tengah pandemi dengan tenang. Medic Pro memberikan kenyamanan bagi nasabah ketika mereka menginginkan akses layanan kesehatan di dalam dan luar negeri yang diketahui membutuhkan biaya besar.

"Kehadiran Medic Pro membuat nasabah bisa fokus terhadap perawatan medis mereka tanpa khawatir dengan biaya pengobatan. Kami yakin Medic Pro menjadi pilihan produk proteksi kesehatan kelas dunia bagi nasabah kami," ujar Suwignyo.

Baca Juga : [New Normal, BCA Hanya Buka 50% Kantor Cabang](#)

Sementara itu, Presiden Direktur AIA, Sainthan Satyamoorthy mengatakan, pihaknya terus meluncurkan produk asuransi untuk membantu jutaan keluarga di Indonesia hidup lebih sehat, lebih lama, lebih baik. Kemitraan AIA dengan BCA memperluas akses mereka dalam menyediakan kebutuhan proteksi kepada seluas - luasnya masyarakat Indonesia.

"Kami memahami bahwa setiap nasabah dari berbagai segmen memiliki kebutuhan proteksi yang berbeda, Medic Pro merupakan salah satu bukti AIA untuk memenuhi solusi proteksi berdasarkan kebutuhan nasabah di segmen *affluent*," kata Sainthan.

Pandemi Covid-19, kata Sainthan, telah meningkatkan kesadaran masyarakat untuk menjaga kesehatan dan kebutuhan terhadap kenyamanan saat perawatan medis, salah satunya melalui akses layanan kesehatan di dalam dan luar negeri. Dengan total limit perlindungan hingga Rp 65 miliar, manfaat kenyamanan saat perawatan di kamar untuk 1 orang dengan 1 tempat tidur dan kamar mandi di dalam serta jangkauan wilayah fasilitas kesehatan yang ditawarkan, menjadikan Medic Pro sebagai solusi proteksi komprehensif yang bisa dipilih oleh nasabah.

Pandemi Covid-19 yang telah bergulir sejak 2020 di Indonesia membuat masyarakat beradaptasi dengan keadaan yang serba menantang ini. Hasilnya, masyarakat lebih sadar terhadap pentingnya gaya hidup sehat ditambah dengan kepemilikan asuransi sebagai proteksi diri juga keluarga.

Baca Juga : [BCA Mendapat Penghargaan Sebagai Bank Swasta Devisa Terbaik](#)

Hasil survei Nielsen mengungkapkan kesadaran masyarakat Indonesia untuk memiliki produk asuransi meningkat sebesar 24% selama pandemi (Agustus-September 2020). Hal ini juga tercermin dari Laporan AAJ yang menunjukkan peningkatan pada Kuartal I/2021 industri asuransi jiwa yang mencatatkan pendapatan positif sebesar Rp 62,66 triliun. Jumlah ini meningkat 13,591.6% dibandingkan Kuartal I/2020 yang minus Rp 0,46 triliun.