

04 Halaman
Terbit setiap bulan

EDISI 27 | SEPTEMBER 2022



LAYANAN 24 JAM
Hallo PERTALIFE
0804 1168 168 - (021) 2788 6700

POTRET

PertaLife e-Magazine



PERKUAT SINERGI DAN KOMUNIKASI, PERTALIFE INSURANCE ADAKAN KICK-OFF MORNING COFFEE DISCUSSION

JAKARTA – Dalam rangka menjalin sinergi dan komunikasi antar fungsi, PertaLife Insurance melaksanakan *Kick-off Morning Coffee Discussion* yang diikuti oleh seluruh VP, PLT I, dan PLT II DPLK PertaLife Insurance, acara berlangsung di *Ballroom* Lantai 12 Gedung Tamansari Parama Boutique Office, pada hari Rabu 31 Agustus 2022.

Pada kesempatan tersebut Direktur Utama PertaLife Insurance Hanindio W. Hadi menyampaikan apresiasinya atas terselenggaranya kegiatan *Morning Coffee* tersebut.

"Acara ini merupakan forum yang sangat tepat sebagai sarana untuk berdiskusi dan bersinergi sehingga tidak ada lagi miskomunikasi antar fungsi yang pada ujungnya akan tercipta etos kerja maksimal untuk mencapai visi perusahaan.", tegas Hanindio.

Pada kegiatan *Morning Coffee* tersebut VP Marketing I Devita Maulina Hapsari memaparkan materi terkait program MAPS. Devita menyampaikan bahwa perlu dukungan penuh dari semua fungsi untuk bisa bersama-sama *support* terkait dengan program MAPS yang saat ini sedang menjadi *hot issue*.

"*Support* dan kerjasama dari seluruh tim PertaLife Insurance secara intensif untuk keberhasilan salah satu program dan produk PertaLife Insurance yaitu MAPS, yang kita semua tahu bahwa nasabah dari program MAPS adalah Pertamina Grup dan Timah Grup yang menjadi salah satu *Captive Market* terbesar PertaLife Insurance. Dengan dukungan semua fungsi di PertaLife Insurance, tentu kita akan semakin solid dalam menghadapi semua tantangan.", Jelas Devita.

Kegiatan *Morning Coffee Discussion* akan dilaksanakan seminggu sekali dengan narasumber dari setiap fungsi dan dikemas dalam suasana santai namun tetap fokus dalam mengangkat *issue* maupun program kerja yang memang perlu didiskusikan dalam mencari solusi bersama.

Morning Coffee Discussion ini merupakan sesi *sharing* antar VP untuk memperkuat kolaborasi dan kerja sama antar fungsi yang dikemas dalam bentuk diskusi santai, dengan topik bahasan seputar *issue-issue* strategis yang sedang terjadi di perusahaan. **PLI**

MANAGEMENT INSIGHT

TRANSFORMASI, SALAH SATU KUNCI SUKSES PERTALIFE INSURANCE

Pengantar Redaksi:

PT Perta Life Insurance (PertaLife Insurance) mencetak sejarah baru. Perusahaan yang sebelumnya bernama PT Asuransi Jiwa Tugu Mandiri (AJTM) ini, berhasil meraih laba bersih sebesar Rp48,96 miliar di tahun 2021. Apa kunci sukses dari pencapaian gemilang tersebut? Berikut penjelasan **Direktur Utama PT Perta Life Insurance, Hanindio W. Hadi**.

Meskipun masih berada di tengah kondisi pandemi Covid-19, PertaLife Insurance berhasil mencatatkan kinerja positif di tahun 2021. Bisa dijelaskan terkait hal tersebut?

Alhamdulillah, kami PT Perta Life Insurance yang semula dikenal sebagai PT Asuransi Jiwa Tugu Mandiri (AJTM), pada tahun 2021 ini berhasil meraih pencapaian tertinggi sepanjang sejarah perusahaan berdiri. Dimana laba bersih kami meningkat cukup signifikan dari tahun 2020, yaitu sebesar 166,26 persen, dari semula sebesar Rp18,39 miliar, menjadi sebesar Rp48,96 miliar.



Hal ini tidak lepas dari kekompakan BOD dengan dukungan luar biasa dari BOC dalam menjalankan proses transformasi berkelanjutan yang dicanangkan sejak Oktober 2020, dan yang sangat membanggakan bagi kami adalah seluruh Perwira PertaLife Insurance dengan penuh komitmen secara konsisten mendukung program transformasi. Kalau kita lihat, di proses transformasi itu ada tiga fokus utama, yaitu transformasi *people*, *product*, dan *process*. Mengenai perbaikan di sisi *people*-nya, kami melakukan restrukturisasi organisasi, dimana kami meningkatkan *capability* dari teman-teman di Sumber Daya Manusia (SDM) PertaLife Insurance. Kedua, kami melakukan pembenahan di sisi produk, fokus pada penjualan produk-produk yang *profitable*. Selain itu, kami juga melakukan pembenahan di *portfolio* produknya, tidak hanya bergantung pada captive market, tetapi kami juga mulai memperkuat sektor *non captive market*. Ketiga, kami melakukan pembenahan di sisi tata kelola atau proses bisnis yang ada. Kami sudah masuk ke ranah pengelolaan secara terintegrasi. Jadi kami telah membentuk suatu sistem dari pengelolaan *end to end process*, sehingga lebih terkontrol dan termonitor, serta lebih *auditable*.

Faktor-faktor apa saja yang menunjang pencapaian tersebut?

Faktor utama yang membuat kami bergerak cepat, selain kekompakan internal *top level management* dan *team*, adalah komitmen besar dari captive market kami. Kami ini memang perusahaan asuransi jiwa yang pada saat kami harus bersaing dengan kompetitor di market sendiri, kami menyadari bahwa perusahaan asuransi jiwa banyak bergantung pada captive market atau perusahaan induknya. Kita bisa lihat dari beberapa kompetitor yang punya industri di bidang otomotif, mereka punya asuransi jiwa kredit yang juga di-*handle* oleh perusahaan asuransi jiwa dari grupnya. Pertamina Group dan PT Timah yang kalau kita bicara secara *size of business*-nya yang begitu besar, kalau kita lihat atau telusuri lebih jauh mungkin saat ini belum sampai sepuluh persen dari market yang tersedia tersebut dikelola oleh PertaLife Insurance. *Captive market* itulah yang akan kami kejar di masa mendatang. Mudah-mudahan dengan kami garap secara lebih serius dan fokus, serta dengan adanya dukungan dari *captive market* Pertamina Group dan PT Timah, mudah-mudahan bisa lebih terekspose menghasilkan profit yang lebih bagus bagi PertaLife Insurance.

Lantas bagaimana dengan target PertaLife Insurance di tahun 2022 ini?

Dalam proses transformasi, kami banyak mengalami pembelajaran, salah satunya adalah *culture shock*. Teman-teman, Perwira PertaLife Insurance, selama bertahun-tahun mungkin terbiasa melakukan proses bisnis yang dilakukan secara manual. Saat ini kami mencoba melakukan *end to end* proses bisnisnya secara terintegrasi dan benar-benar sudah termonitor. Insya Allah tidak ada kebocoran, sehingga pada saat bicara proses yang dikawal dari sejak proses pembayaran premi ini masuk, sampai proses klaim ini dibayarkan, itu menjadi proses yang dipelajari oleh teman-teman secara bersama-sama, bahwa kami tidak bisa main-main meng-*handle* dana yang dititipkan oleh masyarakat ke kami.

MANAGEMENT INSIGHT

Jadi kalau bicara *growth* untuk tahun 2022, estimasi premi kami berharap bahwa dengan perbaikan yang begitu besar, tata kelola yang lebih baik, dan juga bicara efisiensi dari biaya yang kami lakukan saat melakukan operasional, kalau tahun 2021 kami bisa *saving* sampai 20 persen lebih untuk biaya operasional. Mudah-mudahan estimasi pendapatan premi kami bisa meningkat cukup signifikan, dari sekitar Rp.450 miliar menjadi sekitar Rp.620 miliar atau bisa sampai Rp.900an miliar. Jadi kami harapkan bisa ada peningkatan 27-87 persen.

Inovasi atau strategi apa saja yang digulirkan PertaLife Insurance guna mencapai target tersebut?

Proses pada saat kami melakukan pemasaran produk-produk tidak hanya bergantung kepada pasar *captive*, meskipun secara pangsa pasar atau yang kami terima sepanjang 2021 itu masih 80 persen dari pendapatan. Hal ini nanti kami akan coba rebalance menjadi 50:50 pasar *non captive* akan coba kami boosting itu. Tapi saya juga harus menyampaikan bahwa pada saat bicara bisnis asuransi jiwa, kami mengharapkan pada saat Pertamina Group mempercayakan dananya kepada kami, saya yakin itu akan membuat *environment* di industri asuransi jiwa ini akan terpengaruh. Karena seperti diketahui, Pertamina dikenal sebagai BUMN terbesar, yang kalau misalnya seluruh potensi bisnis di asuransi jiwa ini kami garap, secara domino efek akan menyebabkan BUMN atau perusahaan lain juga meningkatkan kepercayaan mereka kepada PertaLife Insurance.

Adakah tantangan yang dihadapi PertaLife Insurance dalam aktifitas bisnis operasinya? Jika ada, bagaimana solusi untuk mengatasinya?

Asuransi ini kan bukan perusahaan yang menjual produk secara *tangible*, kami menjual produk yang tidak terlihat. Artinya kami memberikan upaya pada saat orang mencoba membeli produk, kami menjual suatu janji untuk membayar klaimnya apabila nanti pada saat yang bersangkutan ini punya hak untuk mendapatkan benefit dari yang kami janjikan itu baru terealisasi. Tantangan yang paling besar bagi kami adalah meningkatkan kepercayaan masyarakat untuk mempercayakan dananya atau proteksi asuransinya di perusahaan kami. Dari proses transformasi selama dua tahun ke belakang, mudah-mudahan masyarakat dan teman-teman di industri melihat bahwa kami melakukan proses transformasi yang *very serious*. Sehingga *result*-nya juga kelihatan dan kedepannya mudah-mudahan ini bisa menjadi *boosting* bahwa mereka melihat PertaLife Insurance menjadi perusahaan yang bisa diandalkan.

Apa harapan Bapak bagi kelangsungan bisnis operasi PertaLife Insurance kedepannya?

Harapan saya PertaLife Insurance, perusahaan yang sudah 37 tahun ini bisa jauh lebih besar dari sekarang, dan menjadi lebih baik lagi. Kemudian dari karyawan sendiri juga menjadi jauh lebih bangga kerja di PertaLife Insurance. Dan yang ketiga yang paling utama adalah seluruh *stakeholders*, termasuk nasabah, regulator, pendiri, dan segala lapisan masyarakat yang membutuhkan proteksi asuransi ini semakin percaya ke PertaLife Insurance. Mudah-mudahan masyarakat semakin tahu bahwa pada saat kami merayakan kehidupan ini, salah satunya adalah dengan membuat suatu jaminan untuk kesejahteraan masa depan melalui PertaLife Insurance. PertaLife, *Celebrate Our Life*. **PLI**

CORPORATE UPDATE

JALIN SINERGI, DIREKSI PERTALIFE INSURANCE LAKUKAN KUNJUNGAN KE INFOBANK



Jakarta – Jakarta, Direktur Utama PertaLife Insurance, Hanindio W. Hadi, didampingi oleh seluruh jajaran Direksi melakukan media *visit* ke redaksi Infobank di daerah Kebayoran Lama – Jakarta Selatan pada hari Jumat, 2 September 2022. Kunjungan tersebut diterima oleh Eko B Supriyanto, Pemimpin Redaksi Infobank beserta jajaran Redaksi Infobank.

“Media adalah salah satu *stakeholder* kami yang sangat penting, oleh karena itu kunjungan kami ke Infobank adalah untuk berdiskusi, *Sharing* serta mendapatkan *feedback*, kritik dan saran untuk kemajuan PertaLife Insurance ke depan. PertaLife Insurance sebagai perusahaan Asuransi Jiwa pasti membutuhkan *feedback* untuk meningkatkan *performance* kami sebagai perusahaan yang melakukan bisnis di bidang asuransi yang sangat membutuhkan kepercayaan dari masyarakat” ujar Hanindio.

Sementara itu Eko B Supriyanto mengatakan bahwa tantangan terbesar dunia asuransi saat ini adalah terkait dengan *people* dan itu sudah sangat tepat menjadi program transformasi yang sudah berjalan di PertaLife Insurance.

“Selain *people*, hal penting lainnya adalah terkait dengan pengelolaan Investasi, banyak perusahaan asuransi yang jatuh karena salah dalam pengelolaan investasi, oleh karena itu diperlukan strategi yang tepat menghadapi tantangan bisnis kedepan terutama era digital” kata Eko.**PLI**

CORPORATE UPDATE

SHARING SESSION – “FUTURE FIT LEADER”
BERSAMA KOESHARTANTO

JAKARTA – PertaLife Insurance kembali mengadakan acara *sharing session* dengan menghadirkan narasumber Koeshartanto Koeswiranto selaku *Chairman & Founder* K Talent Asia, acara yang dihadiri oleh BOD dan seluruh Perwira PertaLife Insurance berlangsung di Ballroom Lt.12 tersebut berlangsung pada Jumat, 23 September 2022.

Dalam acara yang mengambil tema “*Energizing Corporate Culture & Leadership To win The Competition*” tersebut Koeshartanto menyampaikan bahwa seorang pemimpin harus mampu menjadi tauladan bagi orang yang dipimpinnya, bukan sekedar menyuruh tapi juga bisa menjadi contoh, sehingga bersama sama meraih apa yang menjadi target perusahaan.

“Untuk menghadapi era *disruptive* ini dibutuhkan *disruptive leader*, yaitu para pemimpin yang berhasil membawa keluar organisasi yang dipimpin dari perangkap masa lalu dan mendisrupsi organisasi menjadi sehat. Pemimpin yang masih mempertahankan gaya lama akan tertinggal atau ditinggalkan” jelas Koeshartanto.

Koeshartanto juga melihat saat ini PertaLife Insurance bukan hanya membutuhkan pemimpin yang rela tidak populer untuk melakukan pembenahan dalam semua aspek melalui program transformasi yang dijalankan, tapi juga semua yang terlibat dari manajemen sampai perwiranya harus bersama sama, bahu membahu untuk mewujudkan visi dan misi perusahaan, semua perwira PertaLife harus mampu merubah *culture* agar bisa memenangkan persaingan yang semakin kompetitif.

“Keberhasilan organisasi sangat tergantung pada 3c yaitu *Comitment & Consistency, Capable Team and Challenge Them*” tegas Koeshartanto. **PLI**

SHARING SESSION – “BRAN MANAGEMENT”
BERSAMA DANANG

JAKARTA – “Bagi sebuah perusahaan *brand image* sangat penting, oleh karena itu semua komponen yang ada diperusahaan harus *aware* terhadap *brand* tempatnya bekerja” Danang Widiaryura Senior *Analist III Digital Management* PT Pertamina Patra Niaga saat menjadi narasumber acara *sharing session* yang membahas terkait *Brand Management* yang berlangsung di ballroom Lt12 kantor PertaLife Insurance pada Rabu, 21 September 2022 .

Dalam sebuah bisnis, *brand* memiliki peranan penting untuk bisa membedakan apakah bisnis tersebut baru atau sudah ada sebelumnya. *Brand image* bukan hanya sekedar logo atau nama perusahaan, melainkan sebagai perwujudan *image* atau persepsi seseorang mengenai produk dan perusahaan kita. Ketertarikan konsumen terhadap suatu produk merupakan salah satu pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian.

Pada acara *sharing session* yang diselenggarakan secara *hybrid* tersebut Danang memberikan penjelasan terkait perkembangan teknologi saat ini yang menuntut semua pemilik bisnis harus melek teknologi, karena saat ini proses bisnis tidak lagi hanya mengandalkan transaksi secara manual namun sudah beralih ke *digital marketing*.

Beberapa contoh pentingnya digital marketing diantaranya dapat memberikan *brand awarness* bagi Perusahaan, terciptanya peluang yang lebih besar dan dari sisi budget yang dikeluarkan oleh perusahaan akan lebih hemat. **PLI**

UPDATE

REKOMENDASI

NIKMATNYA NASI BAKAR
"MAMAK ZAHIR RECIPE"

Nasi bakar merupakan salah satu pilihan menu yang cocok untuk disantap dalam berbagai waktu. Aroma khas dari daun pisang di bakar membuat nasi bakar mampu membangkitkan selera makan.

Menyadari usaha nasi bakar yang belum banyak digeluti orang dan rasanya yang menggoda selera, Puspa salah satu Perwira Peralife Insurance yang saat ini ditempatkan di bagian Marketing DPLK membuat usaha nasi bakar dengan nama "**Nasi Bakar Mamak Zahir Recipe**". Puspa memulai usaha nasi bakarnya sejak awal 2022 dengan target penjualan utamanya dilingkungan tempatnya berkerja.

Kondisi Pandemi memang membawa berkah tersendiri bagi Puspa, karena banyak teman kantornya yang lebih senang memesan nasi bakarnya sebagai menu makan siang, selain enak juga mereka tidak perlu harus keluar kantor, tinggal pesan dan makan, pernah dalam sehari Puspa menerima pesanan nasi bakar sampai 80 porsi.

"Nasi bakar mba Puspa ini beda dengan nasi bakar pada umumnya, matangnya pas, nendang pedasnya, awet kenyangnya" kata Arul salah satu pelanggan nasi bakar milik Puspa.

Dalam obrolannya dengan Potret, Puspa menceritakan kalau dia sudah berjualan dari tahun 2016 dengan jualan sambal buatan dia sendiri dan sampai saat ini masih melayani pesanan, khusus untuk nasi bakar Puspa memasang harga mulai dari Rp25.000,-/porsi.

"Alhamdulillah ini sangat membantu perekonomian, walaupun barang yang kita jual sama dengan orang lain jual, tapi kita percaya kalau rezeki itu sudah diatur sama Tuhan, yang penting kita utamakan kualitas apa yang kita jual, inshaallah pelanggan akan puas" kata Puspa. **PLI**



Nama produk : Nasi Bakar Mamak Zahir Recipe
Varian produk : isi ayam suwir dan ikan tongkol
Harga : Rp25.000,-/porsi
Info Pemesanan : Puspa : Hp.081381479773



TIPS KESEHATAN

Cara mengatasi mata lelah



Mata lelah atau *asthenopia* adalah kondisi mata yang umum dengan keluhan rasa penat & berat diseputar pangkal hidung, sakit kepala, mata berair, pedih serta buram, mata lelah ini bisa terjadi pada siapa saja dan tidak memandang usia, berikut adalah beberapa penyebab dan cara mengatasi mata lelah menurut Diki Prayudi *Optometrist & Lens Specialist* saat mengisi acara *sharing session* bersama Perwira Peralife Insurance beberapa waktu lalu.

Penyebab mata lelah misalnya aktifitas jarak dekat, sinar, dan kelainan refraksi seperti *Myopia*, *Hyperopia*, *Astigmatism* dan *Presbyopia*.

Diki juga memberi rekomendasi beberapa hal yang dilakukan untuk mengatasi mata lelah diantaranya:

- Istirahatkan mata dengan cara melihat jarak jauh setiap 20 menit setelah melakukan aktifitas jarak dekat.
- Menggunakan kacamata khusus misalnya lensa anti *fatigue* untuk usia <40 tahun dan lensa *Progressive & Office* untuk usia > 40 tahun
- *Device setting*, yaitu atur jarak & posisi *device*, atur *font size* yang cukup agar nyaman dilihat, atur *brightness* sesuai dengan penerangan ruangan.

Selain hal tersebut kita juga melatih mata kita agar memperkuat otot mata supaya tidak mudah lelah, dan terpenting menjaga pola hidup kita selalu sehat, karena mata adalah jendela dunia. **PLI**

Redaksi :

Pembina Nasihat : Board of Director
Pemimpin Redaksi : Amitya B Koesnowadi
Wakil Redaksi : Ratih Triutami Wijayanti
Redaksi : Kuntoro & Ryan
Layout & Design : Nashrullah

Tamansari Parama Boutique Office Lt. 11 & 12
Jalan K.H. Wahid Hasyim No. 84 – 88
Menteng, Jakarta Pusat 10340
Telp. 021 2788 6600
Faks. 021 2788 6678
www.pertalife.com