

# POTRET

PERTALIFE E-MAGAZINE

EDISI 39 | Februari 2025

Terbit Setiap Bulan



## SINERGI PERTALIFE INSURANCE

STRATEGI TANGGUH DI TENGAH  
KOMPETISI INDUSTRI ASURANSI

# Daftar Isi

04	BOD Message	18	Info DPLK	33	Rekomendasi
06	Topik Utama	20	Berita Pilihan	35	Berita Rerkini
13	Transformasi Budaya	26	Profil		
15	Pojok Asuransi	29	Galeri Foto		
17	Pojok Aktuaria	31	Tips Kesehatan		

## Susunan

## Redaksi



### Pembina

Hanindio W. Hadi

### Pemimpin Redaksi

Amitya B. Koesnowadi

### Redaktur Pelaksana

Ratih Triutami Wijayanti, Kuntoro

### Sekretaris Redaksi

Dian Herlina, Riyan Giffari Zola

### Reporter

Kuntoro, Dian Herlina, Nasrullah, Riyan Giffari Zola, Bayu Wicaksono

### Foto

Bayu Wicaksono

### Kolaborator

Semua Satuan Kerja yang terlibat dalam setiap edisi

### Alamat

Tamansari Parama Boutique Office  
Lantai 11 & 12, Jl. K.H. Wahid Hasyim  
No.84-88, Jakarta Pusat 10340

### Telepon/Fax

021-2788-6700

### Website

www.pertalife.com

## Visi

Menjadi perusahaan asuransi jiwa, kesehatan dan dana pensiun yang terpercaya dan menjadi pilihan masyarakat

## Misi

- Menyediakan produk-produk asuransi jiwa, kesehatan, dan dana pensiun yang inovatif dan kompetitif
- Mengelola dana nasabah secara transparan, akurat, dan akuntabel
- Memberikan kepuasan pelayanan kepada nasabah secara maksimal dan terpercaya yang dilakukan dengan profesional
- Memberikan nilai tambah berkelanjutan kepada para pemangku kepentingan
- Menyelenggarakan usaha berdasarkan prinsip tata kelola perusahaan yang baik dan manajemen risiko.

## Tata Nilai Perusahaan

- S Service Excellence**  
Mengutamakan Kepuasan Nasabah
- P Professional**  
Bekerja dengan etika dan standar kerja yang tinggi
- I Integrity**  
Menerapkan kejujuran dan keterbukaan dalam melakukan pekerjaan
- R Responsibility & Trustworthy**  
Bertanggung jawab dan dapat dipercaya
- I Innovative**  
Berusaha mencari ide-ide baru yang dapat memberikan nilai tambah bagi Perusahaan
- T Teamwork**  
Mengutamakan kerja sama untuk mencapai tujuan bersama

## Dari Redaksi

Halo pembaca setia POTRET,

Pada acara *Business Reflection and Stakeholder Gathering* di Jakarta 18 Desember lalu, Direktur Keuangan Pertamina, punya pesan penting bagi PertaLife Insurance yang sangat layak dijalankan.

Dia menyoroti peluang besar dalam ekosistem Pertamina, termasuk strategi *cross-selling*, digital marketing, dan efisiensi biaya. "Dengan kolaborasi yang tepat, kita dapat mengoptimalkan captive market seperti Pertamina, Timah, dan grup BUMN lainnya."

Menurutnya, inovasi menjadi kunci utama dalam menghadapi perubahan. Adaptasi terhadap transformasi digital serta pengembangan produk asuransi yang relevan dan menarik menjadi kebutuhan mendesak.

Selain itu, meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya asuransi membuka peluang besar untuk menjangkau pasar yang belum tergarap, terutama dengan solusi berbasis teknologi yang cepat dan personal.

Sejalan dengan itu, sajian utama edisi kali ini juga menyoroti pentingnya digitalisasi dalam operasional dan layanan. Arahan Board of Director (BOD) menegaskan bahwa digitalisasi bukan lagi sekadar pilihan, melainkan kebutuhan strategis untuk meningkatkan daya saing dan efisiensi. Kolaborasi antarunit, pemanfaatan teknologi terkini, serta budaya inovasi harus terus ditingkatkan agar dapat memberikan nilai tambah bagi seluruh pemangku kepentingan.

Majalah POTRET terus mendukung upaya transformasi ini dengan menghadirkan informasi, wawasan, dan inspirasi bagi seluruh insan perusahaan. Mari bersama-sama melangkah menuju masa depan yang lebih digital, inovatif, dan berdaya saing tinggi!

Tidak lupa, kami selalu menanti tulisan dari para Perwira PertaLife, untuk memperkaya konten POTRET.

# Energizing Your Healthy Life

**Assalamualaikum Wr. Wb.  
Perwira PertaLife yang saya  
banggakan,**

Alhamdulillah, kita telah melewati tahun 2024 dengan penuh semangat dan perjuangan. Saya ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya atas dedikasi, kerja keras, dan kontribusi luar biasa dari seluruh Perwira PertaLife. Perjalanan kita di tahun ini penuh dengan tantangan, tetapi juga dipenuhi dengan pencapaian yang membanggakan.

Kita telah mencatat pertumbuhan yang signifikan, meluncurkan berbagai inovasi, serta memperkuat sumber daya manusia yang menjadi kunci keberlanjutan perusahaan. Beberapa pencapaian penting yang patut kita banggakan antara lain:

Pertumbuhan premi yang mengesankan melalui sinergi bisnis dengan berbagai mitra.

Penghargaan dari lembaga kredibel yang semakin mengukuhkan posisi kita di industri asuransi.

Kebersamaan dan ketangguhan dalam menghadapi tantangan, yang membuktikan bahwa kita adalah tim yang solid.

Namun, keberhasilan ini bukanlah titik akhir, melainkan pijakan bagi kita untuk terus berkembang dan menjadi lebih baik lagi.

## Perwira PertaLife

Semangat *Energizing Your Healthy Life* bukan sekadar slogan, tapi komitmen kita untuk terus menghadirkan energi positif, baik dalam pekerjaan maupun kehidupan pribadi. Saya percaya, lingkungan kerja yang sehat dan harmonis akan membawa dampak besar, tidak hanya bagi perusahaan tetapi juga bagi keluarga dan masyarakat.



**Hanindio W. Hadi**  
Direktur Utama  
PT Perta Life Insurance

Memasuki tahun 2025, saya ingin mengajak kita semua untuk:

1. Memulai tahun dengan semangat baru, melihat setiap tantangan sebagai peluang untuk belajar dan berkembang.
2. Mengutamakan kolaborasi dan kerja tim, karena keberhasilan besar lahir dari kekuatan bersama.
3. Terus berinovasi, berbagi ide, dan mencari solusi terbaik demi kemajuan perusahaan.
4. Berinvestasi dalam pengembangan diri, agar kita selalu siap menghadapi perubahan dan tuntutan zaman.

Selain itu, jangan lupa untuk menjaga keseimbangan antara pekerjaan dan kehidupan pribadi. Keseimbangan ini bukan hanya kunci produktivitas, tetapi juga kebahagiaan kita dalam jangka panjang.

Saya yakin, tahun 2025 akan membawa tantangan baru, tetapi juga peluang besar untuk kita manfaatkan. Dengan semangat, kerja keras, dan energi positif, saya percaya kita bisa membawa PertaLife Insurance ke level yang lebih tinggi.

Terima kasih atas semua usaha dan dedikasi yang telah diberikan. Juga, apresiasi setinggi-tingginya kepada keluarga yang selalu menjadi pendukung utama kita.

Mari kita songsong tahun baru dengan optimisme dan semangat tinggi, membawa kebahagiaan, kesuksesan, dan keberkahan bagi kita semua.

Wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Hanindio W. Hadi

Direktur Utama PertaLife Insurance

# DONGKRAK SINERGI & KOLABORASI

## Jurus PertaLife Insurance Memenangkan Persaingan 2025

Tahun 2025 akan menjadi tahun penuh tantangan bagi industri asuransi. Ketidakpastian ekonomi global diprediksi memengaruhi daya beli masyarakat dan investasi di sektor ini, sementara persaingan bisnis semakin sengit.

Namun, PertaLife Insurance tetap optimis dan memiliki potensi besar untuk memenangkan kompetisi ini dengan memanfaatkan ekosistem PT Pertamina (Persero).

Berikut catatan Majalah Potret dari pernyataan Direktur Keuangan Pertamina, Emma Sri Martini, 18 Desember 2024 di Acara *Business Reflection and Stakeholder Gathering* dan komitmen BOD PertaLife Insurance.



**Emma Sri Martini**  
Direktur Keuangan PERTAMINA

Direktur Keuangan PT Pertamina (Persero), Emma Sri Martini, menyoroti peluang besar dalam ekosistem Pertamina, seperti *cross-selling*, *digital marketing*, dan efisiensi biaya. “Dengan kolaborasi yang tepat, kita dapat mengoptimalkan *captive market* seperti Pertamina, Timah, dan grup BUMN lainnya,” tegasnya.

Emma menambahkan, inovasi adalah kunci menghadapi perubahan. Adaptasi terhadap transformasi digital serta pengembangan produk asuransi yang relevan dan menarik menjadi hal yang wajib dilakukan. Selain itu, meningkatnya kesadaran masyarakat tentang pentingnya asuransi membuka peluang besar untuk menjangkau pasar yang belum tergarap, terutama dengan solusi berbasis teknologi yang cepat dan personal.

### Sinergi dan Kolaborasi: Fokus Utama PertaLife Insurance

Direktur Utama PertaLife Insurance, Hanindio W. Hadi, menegaskan bahwa memperkuat sinergi internal dengan seluruh elemen perusahaan, serta kolaborasi eksternal dengan pemegang saham seperti PT Pertamina (Persero), PT Timah Tbk, dan BUMN lainnya, menjadi prioritas utama. “Kita akan melangkah maju dengan inovasi produk, peningkatan layanan berbasis teknologi, dan kolaborasi strategis dengan mitra eksternal,” jelasnya.

Sejalan dengan itu, Direktur Pemasaran PertaLife Insurance, Martino Faishal Saudi, menyampaikan rencana penetrasi *captive market* tahun ini melalui kebijakan *holding* yang disesuaikan dengan segmentasi target peserta Pertamina Group. Produk unggulan seperti Mandiri Asuransi Pesangon Sejahtera (MAPS) diharapkan menyumbang Rp333,36 miliar terhadap total pendapatan premi. Selain itu, PertaLife Insurance juga menjual asuransi perjalanan dinas yang terintegrasi dengan *Digital Travel Management (DTM) Holding* Pertamina, serta mengelola asuransi kesehatan Pertamina Group dan asuransi purna jabatan bagi seluruh BoD dan BoC Pertamina Group.

Langkah lain yang sedang diujicobakan adalah pengelolaan asuransi kesehatan (Askes) dengan *upstream* Pertamina. Hal ini sejalan dengan arahan Emma agar PertaLife Insurance memperkuat *digital marketing*, *cross-selling*, dan *joint marketing* dengan seluruh kekuatan Pertamina Group, termasuk kolaborasi dengan PT Pertamina Bina Medika (Pertamedika) IHC.



### Inovasi dan Agility: Pilar Keberhasilan

Emma juga menegaskan pentingnya berpikir kreatif dan terus berinovasi. “Eksekusi harus cepat, strategi pemasaran diperkuat, dan inovasi tidak boleh berhenti,” katanya. Di tengah ketidakpastian geopolitik, PertaLife Insurance harus menjadi organisasi yang agile dan antisipatif terhadap perubahan global dan tantangan industri.

Hanindio menambahkan, fokus PertaLife Insurance pada inovasi dan layanan Nasabah telah berhasil membangun reputasi sebagai mitra tepercaya dalam perlindungan finansial. Diversifikasi produk, layanan digital, dan jaringan distribusi yang luas menjadi pilar dalam mempertahankan daya saing.

### Kolaborasi untuk Keunggulan Layanan

Selain sinergi internal, PertaLife Insurance terus menjalin kemitraan strategis dengan berbagai pihak eksternal, seperti perusahaan teknologi finansial, bank, dan penyedia layanan kesehatan. Harapannya, kemitraan ini dapat menghadirkan produk asuransi yang terintegrasi dengan layanan perbankan, menyediakan opsi pembayaran fleksibel, mempercepat klaim, serta memberikan akses prioritas ke layanan kesehatan berkualitas tinggi.

Pendekatan sinergis ini memastikan bahwa setiap produk dan layanan yang ditawarkan benar-benar relevan dengan kebutuhan Nasabah, sekaligus memperkuat posisi PertaLife Insurance di pasar. “Sinergi, baik internal maupun eksternal, adalah kunci utama untuk terus maju di tengah persaingan yang semakin ketat,” ujar Hanindio.

### Kerja Sama Antar-Divisi sebagai Fondasi

PertaLife Insurance memahami bahwa keberhasilan inovasi dan layanan unggulan tidak lepas dari sinergi antar-divisi. Tim Pemasaran bekerja erat dengan Pengembangan Produk untuk memastikan solusi yang diluncurkan sesuai dengan kebutuhan pasar. Tim Layanan Nasabah juga berperan aktif sebagai penghubung langsung antara Nasabah dan tim internal.

Sementara itu, dukungan dari Tim Teknologi Informasi dan Operasional memungkinkan digitalisasi dan otomatisasi proses berjalan dengan optimal. Kolaborasi lintas divisi ini mempercepat pengambilan keputusan, mengurangi sekat organisasi, dan meningkatkan efisiensi operasional.

Direktur Keuangan & Investasi PertaLife Insurance, Sigit, menegaskan bahwa pengelolaan keuangan yang terukur dan optimal adalah salah satu kunci utama menghadapi tantangan 2025. “Setiap inisiatif strategis harus memiliki dampak positif terhadap bisnis dan efisiensi operasional,” ujarnya. Analisis risiko yang menyeluruh juga penting untuk memastikan keberlanjutan finansial perusahaan.

### Melangkah Bersama ke Masa Depan

Melalui sinergi dan kolaborasi yang kuat, baik internal maupun eksternal, PertaLife Insurance siap menjawab tantangan 2025 dengan percaya diri. Komitmen bersama untuk terus berinovasi, memperkuat layanan, dan menjaga kelangsungan bisnis menjadi modal utama kita.

Pesan dari Hanindio W.Hadi kepada seluruh Perwira PertaLife: “Mari jadikan sinergi sebagai budaya kerja untuk memenangkan persaingan di masa depan.”

# INOVASI & DIGITALISASI: LANGKAH STRATEGIS PERTALIFE INSURANCE MENYONGSONG 2025

Dalam menghadapi 2025, industri asuransi dituntut untuk semakin adaptif terhadap perubahan. Tidak hanya dari sisi layanan, tetapi juga dalam pengelolaan keuangan dan optimalisasi teknologi. PertaLife Insurance telah menetapkan strategi inovatif untuk memastikan bahwa setiap langkah yang diambil berdampak positif bagi pertumbuhan perusahaan dan kepuasan Nasabah.



### Sigit Panilih

Direktur Keuangan & Investasi  
PT Perta Life Insurance

### Mengelola Keuangan Secara Optimal untuk Keberlanjutan Bisnis

Direktur Keuangan & Investasi PertaLife Insurance, Sigit Panilih, menegaskan bahwa pengelolaan keuangan yang lebih terukur dan efisien menjadi faktor kunci dalam menghadapi tantangan tahun 2025. "Kita perlu memastikan bahwa setiap inisiatif strategis yang kita jalankan tidak hanya memberikan dampak positif terhadap bisnis, tetapi juga meningkatkan efisiensi operasional secara nyata. Dengan pengelolaan keuangan yang baik, kita dapat menjaga stabilitas perusahaan di tengah dinamika ekonomi global," ujarnya.

Sigit juga menekankan pentingnya analisis risiko yang

mendalam untuk memastikan keberlanjutan finansial perusahaan. "Sinergi antar-divisi harus menghasilkan output yang terukur, baik dalam efisiensi biaya maupun pengembangan sumber daya perusahaan," tambahnya.

Dengan fondasi keuangan yang kuat, PertaLife Insurance dapat lebih fokus pada inovasi produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar, terutama di era digital yang terus berkembang.

### Mendorong Inovasi Produk Berbasis Teknologi

Menghadapi perubahan perilaku konsumen, PertaLife Insurance mengembangkan produk asuransi yang lebih fleksibel dan sesuai dengan gaya hidup modern. Salah satu inovasi unggulannya adalah *Pay-As-You-Live Insurance*, yaitu produk yang memungkinkan Nasabah membayar premi berdasarkan pola hidup sehat mereka, seperti aktivitas fisik yang dipantau melalui aplikasi atau perangkat *wearable*.

Selain itu, PertaLife Insurance juga menghadirkan proteksi kesehatan digital yang dirancang khusus bagi Nasabah yang aktif menggunakan layanan kesehatan berbasis teknologi. Polis ini mencakup manfaat *telemedicine*, konsultasi medis online, hingga diskon layanan kesehatan berbasis digital.



### Martino Faishal Saudi

Direktur Pemasaran  
PT Perta Life Insurance

Tidak berhenti di situ, PertaLife Insurance juga memperluas jangkauan pasar dengan menghadirkan produk asuransi mikro yang lebih terjangkau dan mudah diakses melalui aplikasi mobile. Dengan proses pendaftaran dan klaim yang sederhana, produk ini diharapkan dapat menjangkau segmen masyarakat yang sebelumnya belum tersentuh oleh layanan asuransi tradisional.

Agar inovasi ini berjalan optimal, adopsi teknologi digital menjadi faktor utama dalam memastikan layanan yang cepat dan efisien.

### Digitalisasi untuk Layanan yang Lebih Cepat dan Efisien

Di era digital, Nasabah mengharapkan layanan yang cepat, praktis, dan mudah diakses. PertaLife Insurance menjawab kebutuhan ini dengan mengadopsi berbagai teknologi mutakhir, salah satunya adalah kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence* atau AI) untuk mempercepat proses *underwriting*. Teknologi ini mampu menganalisis data Nasabah dengan lebih akurat, menilai risiko dengan lebih cepat, serta memberikan keputusan yang transparan.

Selain itu, PertaLife Insurance juga telah mengembangkan sistem otomatisasi klaim yang memungkinkan Nasabah mengajukan klaim secara online dengan lebih mudah. "Dokumen dapat diunggah secara digital, dan AI membantu memvalidasi data secara *real-time*, sehingga mempercepat proses klaim tanpa perlu interaksi manual yang berbelit," ujar Direktur Pemasaran PertaLife Insurance, Martino Faishal Saudi.

Tidak hanya dalam klaim, PertaLife Insurance juga telah meluncurkan platform digital yang mengintegrasikan berbagai layanan, mulai dari pembelian polis, manajemen akun, hingga konsultasi virtual dengan tenaga ahli. Dengan ekosistem digital yang semakin terintegrasi, Nasabah dapat mengakses semua layanan dalam satu genggaman, tanpa harus datang ke kantor fisik.

### Meningkatkan Kompetensi SDM untuk Mendukung Transformasi Digital

Transformasi digital tidak akan berjalan maksimal tanpa kesiapan sumber daya manusia (SDM) yang mumpuni. Oleh karena itu, PertaLife Insurance terus melakukan pelatihan dan pengembangan bagi Perwira PertaLife agar mereka mampu mengadopsi teknologi terbaru secara optimal.

“Keberhasilan digitalisasi tidak hanya bergantung pada teknologi yang kita gunakan, tetapi juga pada kesiapan tim dalam mengimplementasikannya. Oleh karena itu, kami terus melakukan pelatihan berkelanjutan agar setiap Perwira PertaLife dapat memahami dan memanfaatkan teknologi secara maksimal,” ujar Hanindio W. Hadi, Direktur Utama PertaLife Insurance.

### Strategi Daya Saing: Lebih dari Sekadar Harga

Industri asuransi saat ini semakin kompetitif, dengan banyak perusahaan berlomba-lomba menawarkan harga premi yang lebih rendah untuk menarik Nasabah. Namun, PertaLife Insurance tidak ingin terjebak dalam perang harga semata.

“Kami lebih fokus pada nilai tambah dalam produk dan layanan, bukan hanya bersaing dalam hal harga,” jelas Faishal. Ia menambahkan bahwa manfaat tambahan, fleksibilitas polis, dan pengalaman Nasabah yang unggul menjadi faktor pembeda yang membuat produk PertaLife Insurance lebih menarik di mata Nasabah.

Untuk menjaga keseimbangan antara harga dan profitabilitas, PertaLife Insurance juga memanfaatkan analitik data guna menyesuaikan premi dengan profil risiko Nasabah secara lebih akurat. Pendekatan ini memastikan bahwa setiap Nasabah mendapatkan harga yang adil, tanpa mengorbankan keberlanjutan bisnis perusahaan.

### Pendekatan Personal melalui Data Analytics

PertaLife Insurance memahami bahwa setiap Nasabah memiliki kebutuhan yang unik. Oleh karena itu, perusahaan menerapkan pendekatan berbasis data untuk memberikan layanan yang lebih personal dan relevan.

Dengan teknologi analitik data, PertaLife Insurance dapat memahami preferensi dan pola

perilaku Nasabah, sehingga dapat memberikan rekomendasi produk yang lebih sesuai. Bahkan, sistem ini memungkinkan PertaLife Insurance untuk menawarkan diskon khusus atau manfaat tambahan yang disesuaikan dengan kebiasaan dan kebutuhan masing-masing Nasabah.

Selain itu, PertaLife Insurance juga menerapkan komunikasi yang lebih personal melalui berbagai saluran digital. Penawaran dan informasi dikirimkan secara langsung melalui email, aplikasi, atau media sosial berdasarkan profil Nasabah. Dengan strategi ini, komunikasi menjadi lebih efektif dan terasa lebih personal bagi setiap individu.

### Program Loyalitas untuk Meningkatkan Retensi Nasabah

Untuk meningkatkan keterlibatan Nasabah, PertaLife Insurance juga telah mengembangkan program loyalitas yang memberikan penghargaan bagi Nasabah yang aktif. Nasabah yang menunjukkan gaya hidup sehat atau memiliki riwayat polis yang baik dapat memperoleh insentif, seperti potongan premi atau manfaat tambahan.

Langkah ini tidak hanya meningkatkan kepuasan Nasabah, tetapi juga mendorong mereka untuk lebih aktif dalam menjaga kesehatan dan memanfaatkan layanan asuransi secara optimal.

### Melangkah Menuju Masa Depan yang Lebih Cerah

Dengan strategi inovasi yang terencana, digitalisasi layanan, serta pendekatan yang lebih personal, PertaLife Insurance siap menghadapi tantangan industri asuransi di tahun 2025. Transformasi yang dilakukan bukan sekadar untuk meningkatkan efisiensi internal, tetapi juga untuk memberikan pengalaman terbaik bagi setiap Nasabah.

“Di era yang serba digital ini, inovasi dan kolaborasi menjadi kunci utama bagi keberlanjutan bisnis. PertaLife Insurance berkomitmen untuk terus beradaptasi dan menghadirkan solusi perlindungan yang terbaik bagi Nasabah,” pungkas Hanindio.

Dengan sinergi yang kuat, adopsi teknologi yang tepat, dan fokus pada nilai tambah, PertaLife Insurance tidak hanya siap menghadapi persaingan, tetapi juga memimpin perubahan di industri asuransi. Karena di PertaLife Insurance, inovasi bukan sekadar tren, tetapi komitmen nyata untuk masa depan yang lebih baik

# MENINGKATKAN LITERASI ASURANSI

## KOMITMEN PERTALIFE INSURANCE UNTUK MASA DEPAN



**Hanindo W. Hadi**

Direktur Utama

PT Perta Life Insurance

Inovasi dan teknologi yang terus dikembangkan PertaLife Insurance tidak akan memberikan dampak maksimal tanpa adanya kesadaran masyarakat akan pentingnya asuransi. Oleh karena itu, PertaLife Insurance berupaya meningkatkan literasi asuransi agar semakin banyak orang memahami manfaat perlindungan finansial untuk masa depan mereka.

Edukasi ini dilakukan melalui berbagai kanal, baik digital maupun offline. PertaLife Insurance aktif menjalankan kampanye edukatif yang mengupas manfaat asuransi dalam berbagai aspek kehidupan, seperti keamanan finansial, perencanaan pendidikan, hingga proteksi kesehatan. Seminar dan webinar juga rutin digelar untuk membahas topik-topik penting, seperti perencanaan keuangan, asuransi syariah, dan tren teknologi di industri asuransi.

Tak hanya itu, PertaLife Insurance menyediakan blog, video, serta infografis yang dikemas secara menarik dan mudah dipahami oleh berbagai kalangan. “Dengan pendekatan berbasis data dan edukasi yang berkelanjutan, kami ingin membangun kesadaran masyarakat bahwa asuransi adalah bagian penting dari perencanaan masa depan,” ujar Hanindio.

Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, PertaLife Insurance melihat tantangan sebagai peluang untuk terus berinovasi. “Dengan fokus pada Nasabah dan komitmen terhadap layanan terbaik, kami optimis untuk terus menjadi pemimpin di industri asuransi,” pungkasnya.

### **PENETRASI NON CAPTIVE MARKET, PERTALIFE INSURANCE PERKUAT KANAL DISTRIBUSI**

Selain menggenjot pendapatan dari *captive market*, tahun ini PertaLife Insurance juga akan memperkuat penetrasi di luar *captive market*. Tentunya, dengan produk-produk yang memberikan nilai tambah dan akses teknologi yang mempermudah konsumen.

Direktur Pemasaran PertaLife Insurance, Martino Faishal Saudi menjelaskan, PertaLife Insurance akan memfokuskan kinerjanya pada produk *severance* (pesangon) dan revamping produk anuitas. Perusahaan berharap produk *severance* bisa memberikan kontribusi Rp292,13 miliar terhadap total pendapatan premi. Sedangkan asuransi kesehatan diproyeksikan bisa mencapai Rp282,34 miliar.

Strategi lain PertaLife Insurance untuk mendongkrak premi adalah dengan memperluas kanal distribusi melalui bancassurance seperti bank umum BUMN, BPR, dan bank lainnya. Selain bank, PertaLife Insurance juga akan melakukan penetrasi lewat Badan Usaha Selain Bank (BUSB) seperti Fintech, MyPertamina, Insurtech, dan usaha lainnya.

Langkah ini juga akan didukung oleh digitalisasi layanan guna memberikan kemudahan bagi nasabah. "Bisnis ini tidak bisa dikelola secara manual. Nasabah ingin layanan yang serba digital, mulai dari pendaftaran hingga klaim. Oleh karena itu, kami bekerja sama dengan IT Pertamina untuk memastikan proses digitalisasi berjalan optimal," ujarnya.

Namun, Faishal mengakui, tantangan utama yang akan mempengaruhi kinerja perusahaan untuk mencapai target laba adalah dampak perubahan pencatatan dari implementasi Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) 117 tentang Kontrak Asuransi.

Appointed Actuary PertaLife Insurance, Joko Suwaryo menambahkan, penerapan standar akuntansi yang diterapkan khusus untuk industri asuransi alias PSAK 117 bisa membuat pendapatan industri baik asuransi jiwa atau umum turun hingga 47,78%, dan laba hingga 88,31%.

Penerapan PSAK 117 memiliki dampak signifikan pada berbagai aspek perusahaan asuransi, termasuk aset, ekuitas, pendapatan, dan beban. Pada asuransi jiwa, dampaknya lebih terasa di sisi laba rugi, terutama pada pendapatan dan beban.

# GESPER KETAT

## Perwira Sehat PertaLife Makin Kuat



**M**enghasilkan kinerja efektif dan efisien sehingga mencetak keuntungan yang optimal adalah target setiap perusahaan. Hal itu bisa dicapai jika karyawan sebagai sumber daya manusia (SDM) dikelola dengan baik. Termasuk kesehatan karyawan yang menjadi motor utama penggerak perusahaan.

Tak terkecuali bagi PertaLife Insurance. Karena itu, PertaLife Insurance meluncurkan program Gerakan Sehat PertaLife Keren dan Tepat atau disingkat GESPER KETAT.

Gerakan yang menjadi program kerja divisi Customer Engagement & Service (CES) ini dilatarbelakangi keinginan perusahaan membentuk budaya perusahaan yakni budaya hidup sehat. Pasalnya, pola makan kekinian banyak dipengaruhi makanan serta minuman *junk food* dan *fast food* yang menyebabkan banyak kasus obesitas.

Dengan GESPER KETAT, PertaLife Insurance ingin Perwira PertaLife hidup sehat dengan mengurangi konsumsi makanan yang menyebabkan obesitas, yang bisa berakibat pada penurunan kinerja Perwira PertaLife. “Ini adalah bentuk transformasi budaya dalam menjaga kesehatan Perwira PertaLife,” kata Christina Eka Kurnia, selaku Vice President CES.

Selain itu, memiliki tubuh yang sehat dan ideal akan melahirkan kepercayaan diri bagi Perwira PertaLife dalam bekerja. Jika tubuh obesitas atau kelebihan berat badan, rasa percaya diri Perwira PertaLife juga akan terkikis. Padahal, kepercayaan diri dibutuhkan saat aktifitas atau berhadapan dengan nasabah.

Perusahaan juga ingin membangun kebiasaan baik yang merupakan cara yang tepat untuk mengoptimalkan waktu agar 24 jam tidak berlalu begitu saja. Sehingga kebiasaan pola makan dan hidup sehat ini menimbulkan gaya hidup yang baik

Pada akhirnya, jika Perwira PertaLife memiliki pikiran dan perasaan bahagia serta tubuh yang sehat, produktifitas harian pekerjaan juga bakal meningkat dan menghasilkan kinerja yang baik bagi perusahaan.

Jika tubuh sehat, maka angka rasio klaim asuransi kesehatan juga bakal terkendali. PertaLife Insurance juga berharap minat dan antusias Perwira PertaLife mengikuti program GESPER KETAT semakin tinggi dan kasus obesitas terus menurun.

Kesehatan karyawan memang memainkan peran penting dalam keberhasilan transformasi budaya di sebuah perusahaan. Transformasi budaya melibatkan perubahan mendalam dalam nilai, norma, dan perilaku organisasi, yang dapat menimbulkan stres atau ketidaknyamanan bagi karyawan. Oleh karena itu, menjaga kesehatan fisik, mental, dan emosional karyawan selama proses ini sangat penting.

Kesehatan karyawan yang terjaga akan membantu menciptakan lingkungan kerja yang positif, yang merupakan tujuan utama dari banyak transformasi budaya. Budaya yang sehat mendorong kolaborasi, inovasi, dan keterbukaan.

Karyawan yang merasa diperhatikan kesehatannya cenderung lebih terlibat dalam proses transformasi. Mereka akan lebih bersemangat untuk berkontribusi pada tujuan perusahaan.

Program GESPER KETAT ini dimulai dengan membuka pendaftaran, lalu dilanjutkan proses seleksi. Dalam proses seleksi ini, Perwira PertaLife diminta mengisi formulir data pribadi dan data fisik serta menjawab pertanyaan sesuai dengan riwayat kesehatan Perwira PertaLife. Tidak lupa, Perwira PertaLife menyertakan hasil *medical check up* (MCU) terakhir.

Setelah itu, perusahaan akan melakukan pemilihan dengan mempertimbangkan identifikasi kesehatan Perwira PertaLife serta kemauan, motivasi, dan komitmen Perwira PertaLife ditambah hasil diskusi dengan dokter spesialis ahli gizi.

Untuk *Batch 1* ada 12 Perwira PertaLife terpilih yang akan mengikuti program ini, 12 Perwira PertaLife tersebut berasal dari 10 divisi dan berbagai level mulai dari level staff, Supervisor, Department Head hingga Vice President yang diharapkan akan menjadi role model dari keberhasilan program GESPER KETAT ini.

Program berjalan dengan diawali pemeriksaan data fisik dan kesehatan, serta konsultasi oleh dokter spesialis ahli gizi. Setelah itu, peserta GESPER KETAT akan mendapat meal plan dan tugas aktifitas mingguan. Dilanjutkan dengan pengukuran data fisik seminggu sekali.

Peserta juga akan menjalani olahraga bersama dan menerima pembagian snack sehat sebulan sekali. Setelah berjalan, program dilanjutkan dengan evaluasi data fisik peserta selama mengikuti program dan pemeriksaan data fisik serta konsultasi dengan dokter spesialis ahli gizi. Lalu program ditutup dengan pemberian hasil *raport* peserta dan pengumuman pemenang *batch 1* program GESPER KETAT.



# “TM Group Term Life”

## Premi Terjangkau untuk Perlindungan Keluarga yang Lebih Baik

Kesadaran akan pentingnya asuransi jiwa semakin meningkat di masyarakat. Namun, tidak semua orang memiliki dana yang cukup besar untuk membeli premi asuransi. Produk asuransi jiwa berjangka atau term life insurance hadir sebagai solusi tepat bagi mereka yang ingin mendapatkan perlindungan dengan premi yang terjangkau.

PT Perta Life Insurance (PertaLife Insurance) menawarkan produk term life yang bisa menjadi pilihan ideal untuk melindungi diri dan memberikan rasa aman bagi keluarga. “Nama produknya yaitu Group Term Life,” ujar Subekti Yudianto, Senior Vice President Corporate & Retail Marketing PertaLife Insurance.

Group Term Life adalah jenis asuransi jiwa yang dirancang untuk kelompok orang, seperti karyawan dalam sebuah perusahaan atau anggota organisasi. Dalam sistem ini, perusahaan atau organisasi bertindak sebagai Pemegang Polis, sementara karyawan atau anggota menjadi peserta yang diproteksi.

Kelebihan utama dari Group Term Life adalah premi yang lebih terjangkau dengan manfaat yang optimal. Hal ini karena risiko dibagi antara banyak peserta, sehingga premi menjadi lebih rendah dibandingkan asuransi jiwa individu. Perusahaan bisa membayar premi sebagai bagian dari paket benefit karyawan, atau kontribusi antara perusahaan dan karyawan.

Seperti namanya, produk ini bersifat term atau berjangka, yang berarti polis berlaku untuk periode tertentu, yang umumnya periode satu tahun. Setelah masa pertanggungan berakhir, polis dapat diperpanjang sesuai kesepakatan.

Group Term Life memberikan manfaat finansial kepada ahli waris atau penerima manfaat jika peserta asuransi meninggal dunia selama masa pertanggungan. Besaran manfaat ini disesuaikan berdasarkan kesepakatan antara perusahaan dan PertaLife Insurance.

Produk ini juga sangat fleksibel, memungkinkan perusahaan untuk menyesuaikan cakupan, manfaat, dan jumlah uang pertanggungan sesuai kebutuhan kelompok. Polis juga bisa dilengkapi dengan manfaat tambahan, seperti perlindungan cacat tetap atau tunjangan kesehatan.

Selain itu, administrasi produk ini jauh lebih mudah karena dikelola dalam satu polis grup. “Perusahaan tidak perlu mengurus polis individu untuk setiap karyawan,” kata Subekti.

Bagi perusahaan, Group Term Life menawarkan manfaat optimal. Selain menjadi bagian dari paket benefit karyawan, produk ini dapat meningkatkan loyalitas dan kepuasan karyawan. Asuransi jiwa berjangka ini juga membantu perusahaan memenuhi tanggung jawab sosial terhadap karyawan dan keluarga mereka.

Sementara itu, bagi karyawan, asuransi ini memberikan rasa aman dari kerugian finansial. Jika terjadi sesuatu pada peserta asuransi selama masa pertanggungan, ahli waris yang ditunjuk akan menerima santunan (benefit) berupa Uang Pertanggungan, serta manfaat tambahan lainnya yang disepakati antara perusahaan dan PertaLife Insurance.

Proses pendaftaran Group Term Life juga lebih cepat dan mudah dibandingkan dengan asuransi jiwa individu. Untuk mendaftar, usia bertanggung berkisar antara 17 hingga 64 tahun, dengan usia maksimum saat akhir masa asuransi adalah 65 tahun.

Selain asuransi jiwa berjangka untuk kelompok (group), PertaLife Insurance juga menawarkan asuransi term life untuk individu melalui produk Tugu Ekawarsa. Produk ini dirancang untuk individu yang menginginkan perlindungan pribadi dengan fleksibilitas dalam masa pertanggung jawaban dan dapat diperpanjang setiap tahun.

Pendapatan premi dari asuransi term life menjadi salah satu kontribusi utama bagi PertaLife Insurance, selain asuransi whole life. Sepanjang tahun 2024, PertaLife Insurance mencatatkan pendapatan premi sebesar Rp1,2 triliun (unaudited), tumbuh 38,72% dibandingkan tahun 2023.

Dengan produk asuransi yang terjangkau dan fleksibel seperti Term Life, PertaLife Insurance terus berupaya memberikan solusi perlindungan yang memberikan rasa aman bagi individu dan keluarga di Indonesia.



# REASURANSI

Reasuransi adalah salah satu elemen penting dalam mendukung industri asuransi yang mungkin belum banyak dikenal oleh masyarakat umum. Reasuransi menjadi salah satu contoh penerapan *Insurer's risk management strategies* perusahaan asuransi, yaitu *transfer risk* atau mengalihkan risiko. Dimana perusahaan asuransi akan mengalihkan sebagian risiko asuransi yang melebihi kapasitas kemampuan asuransinya dengan melakukan pertanggungjawaban ulang kepada perusahaan reasuransi.

Adapun bagi perusahaan reasuransi yang menerima sebagian risiko asuransi tersebut berhak untuk menahan sendiri risikonya sesuai dengan kapasitas reasuransinya atau juga bisa melakukan risk transfer atas risiko tersebut kepada perusahaan reasuransi lain atau perusahaan *retrocessionaire*. mekanisme ini dikenal dengan retrosesi, dimana perusahaan reasuransi mengalihkan kembali sebagian risiko yang diterimanya ke perusahaan reasuransi lainnya untuk meminimalkan risiko terhadap potensi kerugian yang ditanggungnya.



**Joko Suwaryo**  
Appointed Actuary  
PT Perta Life Insurance

Berikut adalah beberapa alasan mengapa reasuransi diperlukan Perusahaan Asuransi :

## ● Meningkatkan Kapasitas Bisnis Baru

Dengan adanya reasuransi memungkinkan perusahaan asuransi menawarkan polis yang lebih besar dibandingkan yang mampu mereka tanggung sendiri. Sehingga mampu meningkatkan kapasitas mereka untuk menanggung spektrum risiko yang lebih luas, mendorong inovasi dan pertumbuhan dalam sektor asuransi.

## ● Membatasi Klaim Bencana (*Catastrophe*)

Pada saat krisis, seperti bencana alam atau krisis keuangan, reasuransi bertindak sebagai peredam guncangan keuangan. Sebagai contoh, sebuah perusahaan asuransi menerima klaim yang sangat besar dari banyak nasabahnya sekaligus, mungkin akibat bencana alam atau kejadian tidak terduga secara tiba-tiba. Tanpa reasuransi, perusahaan asuransi tersebut bisa mengalami kerugian yang sangat besar hingga mengancam keberlangsungan bisnis mereka. Di sinilah peran reasuransi menjadi krusial. Dengan adanya reasuransi, perusahaan reasuransi dapat menanggung sebagian kerugian, mencegah dampak lanjutan yang dapat mengganggu stabilitas sistem keuangan perusahaan asuransi secara keseluruhan.

## ● Mendapatkan Saran *Underwriting*

Perusahaan reasuransi sering kali memiliki pengalaman dalam bidang *underwriting*. Ini berguna bagi perusahaan asuransi dalam merancang, menentukan harga, dan mengevaluasi risiko suatu produk, baik untuk produk yang baru, kompleks, atau besar.

Dengan kita memahami peran dan pentingnya reasuransi, maka akan membantu mengungkapkan bagaimana industri asuransi bekerja untuk melindungi dari risiko yang tidak diinginkan.



# DANA PENSIUN AMAN DI GENGAMAN TANGAN

Memiliki dana pensiun di hari tua adalah impian setiap pekerja. Karena itu, mengikuti program dana pensiun yang diselenggarakan Dana Pensiun Lembaga Keuangan (DPLK) menjadi pilihan sebagian besar pekerja. Apalagi, jika DPLK memberikan kemudahan dalam mengakses dan memantau simpanan dari gaji yang Anda sisihkan di program dana pensiun.

Karena itu, DPLK PertaLife menyediakan fasilitas berupa akses digital yang memudahkan peserta dana pensiun dalam mengawasi dana miliknya. Akses digital itu bernama Siperdana.

Deny Kuriniawan, Pelaksana Tugas Pengurus Business & Quality Assurance DPLK PertaLife mengatakan, Siperdana PertaLife adalah aplikasi mobile yang dikembangkan oleh DPLK PertaLife untuk para peserta dana pensiunnya. Aplikasi ini memberikan kemudahan bagi peserta dalam mengakses informasi terkait dana pensiun mereka. "Jadi, peserta dana pensiun PertaLife cukup mengunduh aplikasi Siperdana di *playstore* seperti *Google Playstore* atau *Apple Playstore*," ujarnya.

Dengan menggunakan Siperdana, lanjut Deny, banyak fitur dan kemudahan yang diberikan bagi para peserta DPLK PertaLife hanya lewat telepon seluler (ponsel). Peserta tidak perlu repot datang ke kantor PertaLife Insurance atau mengakses lewat komputer. Karena semua bisa diakses hanya dalam genggam tangan.

Dengan Siperdana, peserta bisa mengetahui saldo dana pensiun. Artinya, peserta bisa melihat jumlah terkini dana pensiun yang telah terkumpul.

Selain itu, peserta juga bisa melihat performa investasi dari dana simpanan. Peserta bisa mengetahui perkembangan nilai investasi dana pensiun. Transparansi atau keterbukaan performa investasi ini akan sangat memberikan ketenangan bagi peserta yang sudah memercayakan sebagian dari gajinya disimpan sebagai dana pensiun di DPLK PertaLife.

Transaksi terkait dana pensiun lainnya pun bisa dengan mudah dilakukan lewat Siperdana, diantaranya melakukan perubahan data diri. Sehingga peserta tidak perlu repot melaporkan perubahan data diri lewat petugas atau operator DPLK PertaLife.

Bukan hanya itu, lewat Siperdana, peserta juga bisa mendapatkan informasi terkini produk-produk dana pensiun yang ditawarkan DPLK PertaLife.

Selain mudah mengelola dana pensiun lewat *smartphone*, transaksi yang dilakukan melalui Siperdana juga lebih aman karena menggunakan sistem keamanan yang canggih.

Artinya, tambah Deny, dengan aplikasi ini DPLK PertaLife dapat meningkatkan pelayanan dan pengalaman bagi para pesertanya. DPLK PertaLife memang terus berupaya melakukan digitalisasi sebagai upaya menjadi DPLK yang unggul dalam layanan yang cepat dan mudah lewat pemanfaatan teknologi digital.

Terbukti, hingga saat ini, tren penggunaan aplikasi Siperdana menunjukkan kemajuan yang signifikan. Pasalnya, para peserta merasa sangat terbantu dan dimudahkan dalam memberikan mengelola dana pensiun miliknya.

Ke depan, fitur lain yang akan ditambahkan dalam Siperdana adalah klaim digital. Artinya, peserta sudah bisa melakukan klaim dana pensiun lewat Siperdana.

Upaya DPLK PertaLife memperkuat digitalisasi ikut mendukung kinerja perusahaan. Hingga Agustus 2024, total *asset under management* (AUM) atau aset dana kelola DPLK mencapai Rp5,6 triliun. Artinya, aset DPLK PertaLife tumbuh 3% dibandingkan periode akhir tahun 2023.

Di mana, sebesar 25% aset kelola tercatat pada Program Pensiun Iuran Pasti (PIIP) dan 75% pada Program Dana Kompensasi Pascakerja (DKP).



## Sinergi PertaLife Insurance & Pupuk Kalimantan Timur Semakin Kuat Lewat Evaluasi Positif

Jakarta – PT Perta Life Insurance (PertaLife Insurance) melakukan evaluasi atas program kerja sama dengan PT Pupuk Kalimantan Timur (PKT), yang mencakup dana Tunjangan Hari Tua (THT) dan Pengembangan Dana Program Kesehatan Pensiun (PROKESPEN) bagi karyawan PKT. Diskusi tersebut dihadiri oleh Direktur Utama PertaLife Insurance, Hanindio W. Hadi, Direktur Pemasaran PertaLife Insurance, Martino Faishal Saudi, Direktur Keuangan dan Umum PKT, Qomarruzaman, serta Ketua Umum Serikat Pekerja PKT, Parnoto. Acara berlangsung di Ballroom PertaLife Insurance, lantai 12, pada Kamis (23/1/2025).

PKT, sebagai salah satu produsen pupuk urea terbesar di Asia, telah menjalin kemitraan dengan PertaLife Insurance sejak tahun 2023 untuk program THT dan PROKESPEN. Sebagai bagian dari komitmennya sesuai Perjanjian Kerja Sama (PKS), PertaLife Insurance memberikan kinerja investasi yang berhasil mencapai ROI di atas benchmark. Proses klaim juga diselesaikan lebih cepat, yaitu dalam waktu 4 hari, lebih cepat satu hari dibandingkan ketentuan dalam PKS.

Dalam sambutannya, Direktur Utama PertaLife Insurance, Hanindio W. Hadi, menyambut baik kedatangan jajaran manajemen PKT. Ia mengungkapkan bahwa sebagai perusahaan asuransi yang menjual janji, PertaLife Insurance selalu terbuka untuk mendengarkan usulan atau ide dari nasabah yang dapat memperbaiki hubungan kedua belah pihak. Hanindio juga menjelaskan tentang sistem four lines of defense yang diterapkan oleh PertaLife Insurance, sehingga memberikan rasa aman bagi nasabah di lingkungan Pertamina Group dan BUMN.

“Kami sangat bangga bisa menerima kunjungan Jajaran Manajemen PKT yang didampingi Ketua Umum Serikat Pekerja PKT. Hari ini, kami akan melakukan evaluasi secara transparan atas kinerja kami yang telah melebihi target yang disepakati. Terima kasih kepada PKT atas kepercayaan yang diberikan kepada PertaLife Insurance, dan kepada seluruh Perwira PertaLife yang telah menunjukkan kinerja terbaiknya. Kami berharap melalui diskusi ini, kita bisa mengeksplorasi peluang kerja sama yang lebih luas di masa depan,” ujar Hanindio.

Sementara itu, Direktur Keuangan dan Umum PKT, Qomarruzaman, mengungkapkan rasa terima kasih dan kebanggaannya atas kinerja PertaLife Insurance dalam mengelola program kerja sama. Ia menyatakan bahwa hasil positif yang diberikan oleh PertaLife Insurance dapat meningkatkan kepercayaan PKT untuk terus menjalin dan memperluas kerja sama di masa mendatang.

“Terima kasih atas sambutan hangat dan hasil kerja sama yang sangat positif dari PertaLife Insurance. Kerja sama kami melalui program Tabungan Hari Tua dan Kesehatan Pensiunan telah memberikan kami ketenangan dan kenyamanan. Kami berharap PertaLife Insurance dapat terus mengembangkan hasilnya dengan sangat baik,” ujar Qomarruzaman.

Corporate Communication PertaLife Insurance menambahkan bahwa evaluasi ini diharapkan dapat memperkuat hubungan kerja sama antara PertaLife Insurance dan PKT, serta membuka peluang baru untuk program-program lain di masa depan. **PLI**



# PertaLife Insurance Bukukan Premi Bruto Tertinggi Sepanjang 2024

## Perkuat Posisi di Industri Asuransi Jiwa

Jakarta, 24 Januari 2025 - PT Perta Life Insurance (PertaLife Insurance) mencatat kinerja keuangan yang positif sepanjang tahun 2024, dengan pertumbuhan pendapatan dan laba bersih dibandingkan Rencana Kerja dan Anggaran Perusahaan (RKAP) 2024.

Berdasarkan data keuangan unaudited per 31 Desember 2024, perusahaan berhasil membukukan premi bruto tertinggi sepanjang sejarah, mencapai Rp1.252,34 miliar, melampaui target RKAP sebesar Rp1.087,49 miliar.

Pertumbuhan premi bruto yang mencapai 15,16% dari RKAP 2024 ini merupakan hasil dari strategi bisnis yang berorientasi pada penguatan layanan kepada nasabah, diversifikasi produk, serta optimalisasi saluran distribusi. Kepercayaan yang semakin meningkat dari para pemegang polis juga menjadi faktor utama dalam pencapaian ini, yang menunjukkan bahwa produk-produk PertaLife Insurance semakin relevan dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Direktur Utama PertaLife Insurance, Hanindio W. Hadi menjelaskan, RKAP mencerminkan target strategis berdasarkan faktor internal dan eksternal yang telah dipertimbangkan. Evaluasi berbasis

RKAP memungkinkan perusahaan menilai efektivitas strategi, mengidentifikasi tantangan, serta memastikan pencapaian sesuai rencana. "Pendekatan ini memberikan transparansi lebih baik kepada pemangku kepentingan dan membantu perusahaan beradaptasi untuk pertumbuhan berkelanjutan," ujar Hanindio.

Selain pertumbuhan premi bruto, PertaLife Insurance juga mencatatkan peningkatan laba setelah pajak sebesar Rp82,85 miliar, tumbuh 8,85% dibandingkan target RKAP sebesar Rp76,11 miliar. "Pendapatan investasi turut menunjukkan pertumbuhan positif dengan capaian Rp142,69 miliar, meningkat 13,84% dari target RKAP 2024 sebesar Rp 125,34 miliar," imbuh Sigit Panilih, Direktur Keuangan dan Investasi PertaLife Insurance.

Dari sisi tingkat solvabilitas, PertaLife Insurance berhasil meningkatkan Risk Based Capital (RBC) menjadi 347,90%, jauh di atas ketentuan minimum yang disyaratkan regulator, yaitu 120%. "Hal ini mencerminkan kondisi keuangan yang sehat serta kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka panjangnya," kata Sigit.

Kinerja positif PertaLife Insurance juga didukung oleh efisiensi operasional yang semakin baik. Rasio biaya terhadap Premi Bruto yang berhasil ditekan menjadi 12,34% pada tahun 2024, menunjukkan peningkatan efisiensi dibandingkan RKAP 2024 sebesar 13,57%. Pencapaian ini mencerminkan keberhasilan perusahaan dalam mengelola biaya operasional secara efektif, sekaligus mempertahankan kualitas layanan yang optimal bagi nasabah.

Hanindio menyatakan bahwa pencapaian yang diraih merupakan hasil dari komitmen mereka dalam memberikan layanan terbaik kepada nasabah serta penerapan strategi bisnis yang tepat. Ia menegaskan bahwa pihaknya akan terus berinovasi dalam pengembangan produk, memperluas jangkauan layanan, dan meningkatkan efisiensi operasional guna mempertahankan pertumbuhan positif di tahun-tahun mendatang.

Ia juga menyampaikan bahwa terdapat peningkatan kepercayaan yang berkelanjutan sebagai hasil dari upaya perbaikan sejak pelaksanaan The Real Transformation 2020. Hal ini didukung oleh komitmen ekosistem Pertamina Group serta nasabah lainnya dalam efek domino yang dihasilkan.

Dia mengapresiasi pencapaian ini dan menegaskan komitmen perusahaan dalam mempertahankan pertumbuhan berkelanjutan. Selain itu, masih terdapat ruang untuk perbaikan guna menjadi lebih baik di masa mendatang. Ke depan, PertaLife Insurance akan terus memperkuat keunggulan kompetitifnya melalui digitalisasi layanan, pengembangan produk yang inovatif, serta memperluas kemitraan strategis guna memenuhi kebutuhan perlindungan masyarakat yang semakin beragam.

Direktur Pemasaran PertaLife Insurance, Martino Faishal Saudi menambahkan, untuk meningkatkan peluang pendapatan dari captive market, PertaLife Insurance akan membuat produk-produk yang sesuai dengan kebutuhan di Pertamina Group dan Timah sebagai captive market PertaLife Insurance. "Salah satunya kami sudah menggarap asuransi kesehatan untuk Pertamina Upstream," ujarnya. **PLI**



## Memperingati HUT ke-56 DPP

### PertaLife Insurance Dukung Kesehatan Karyawan Lewat *Medical Check-Up*

Jakarta – Dalam rangka memperingati ulang tahun ke-56 Dana Pensiun Pertamina (DPP), PertaLife Insurance menyelenggarakan layanan kesehatan *Mini Medical Check Up* (MCU) bagi seluruh karyawan DPP. Kegiatan ini berlangsung di Kantor DPP pada Rabu, 15 Januari 2025.

Dana Pensiun Pertamina, yang merupakan salah satu Pemegang Saham PertaLife Insurance, merayakan usia ke-56 pada 15 Januari 2024. Sebagai bentuk kepedulian terhadap kesehatan para pemangku kepentingan, PertaLife Insurance memberikan fasilitas pemeriksaan kesehatan kepada karyawan DPP. Pemeriksaan ini mencakup berbagai aspek kesehatan, antara lain tekanan darah, kadar gula darah, kolesterol, serta pemeriksaan medis lainnya yang dapat dikonsultasikan langsung dengan tenaga medis yang hadir.

Veronica Retno Setyowati, Direktur Kepensiunan & Umum Dana Pensiun Pertamina, menyampaikan apresiasi kepada PertaLife Insurance atas perhatian terhadap kesehatan karyawan DPP. Menurutnya, program *Medical Check-Up* (MCU) yang dilaksanakan oleh PertaLife Insurance sangat penting karena memungkinkan deteksi dini terhadap kondisi kesehatan. Hal ini memungkinkan karyawan untuk mengambil langkah-langkah preventif guna menjaga kesehatan mereka.

“Terima kasih kepada PertaLife Insurance atas dukungannya kepada DPP. Semoga dengan kegiatan ini, seluruh pekerja DPP dapat semakin sejahtera karena didukung oleh kondisi tubuh yang sehat,” ujar Veronica.

Sementara itu, Christina Eka Kurnia, VP Customer & Engagement Service PertaLife Insurance, mengungkapkan komitmen perusahaan untuk mendukung kesehatan karyawan. “Selamat ulang tahun yang ke-56 untuk Dana Pensiun Pertamina, semoga semakin maju dan sukses. Kami berharap melalui *Medical Check Up* dan *Health Talk* ini, DPP dapat memulai usia barunya dengan semangat baru,” katanya.

Selain kegiatan *Mini MCU*, PertaLife Insurance juga memberikan edukasi kesehatan melalui forum *Health Talk* dengan narasumber Dr. Muhammad Syah Abdaly, Sp.PD. Dengan tema “Semangat Baru Energi, Positif Meraih Prestasi”, Dr. Muhammad menjelaskan pentingnya semangat baru dan energi positif dalam meraih prestasi. “Semangat adalah energi yang mendukung seseorang menjalani pekerjaan dengan produktif. Dengan kesehatan tubuh yang baik, akan tercipta jiwa yang kuat dan semangat yang membara untuk terus berkarya,” kata Dr. Syah.



# PertaLife Insurance adakan Kick Off 2025 dan Health Talk Apresiasi Kinerja 2024 & Strategi 2025

**Jakarta, 22 Januari 2025** – PT Perta Life Insurance (PertaLife Insurance) mengadakan kegiatan Kick Off 2025 yang diadakan di Greyhound Menteng, Jakarta. Kegiatan ini diikuti oleh seluruh jajaran Direksi, Advisor, Actuary, VP, dan DH PertaLife Insurance. Acara ini bertujuan untuk membahas pencapaian perusahaan di tahun 2024 serta program kerja yang telah disusun dalam Rencana Kerja dan Anggaran Perusahaan (RKAP) tahun 2025.

Dalam kesempatan tersebut, Direktur Utama PertaLife Insurance, Hanindio W. Hadi, menyampaikan terima kasih dan apresiasi kepada seluruh Advisor, Actuary, VP, dan DH yang telah melaksanakan tugas dengan baik.

“Jabatan di level VP dan DH bersifat manajerial, yang menuntut kemampuan dalam memimpin tim dan menyelesaikan tugas perusahaan, apalagi pada tahun 2025 yang penuh tantangan dan peluang. Target yang lebih menantang di tahun 2025 memerlukan kerja sama tim yang solid serta komitmen yang luar biasa dari manajemen dan seluruh perwira,” ujar Hanindio.

Hanindio juga menambahkan bahwa kinerja perusahaan harus terus dipertahankan, mengingat tantangan dan kompetisi yang semakin ketat. “Kinerja kita sudah menjadi sorotan pesaing, dan kita harus tetap waspada. Namun, saya yakin sepanjang kita menjaga integritas, sinergi, dan bertanggung jawab, kita akan mencapai tujuan bersama,” tambahnya.

Sementara itu, Direktur Keuangan & Investasi PertaLife Insurance, Sigit Panilih, mengungkapkan apresiasi atas pencapaian kinerja perusahaan di tahun 2024. “Tantangan besar datang dengan penerapan PSAK 117, yang bukan hanya dihadapi oleh PertaLife Insurance, tetapi juga seluruh industri asuransi. Namun, kami yakin bahwa potensi besar terbuka untuk PertaLife Insurance, dan melalui RKAP 2025 yang telah disetujui Pemegang Saham, kita berkomitmen untuk bekerja sama untuk mencapai target yang telah ditetapkan,” jelas Sigit.

Direktur Pemasaran PertaLife Insurance, Martino Faishal Saudi, menekankan pentingnya fokus pada solusi sebagai strategi bisnis utama. “Fokus pada solusi akan membuka banyak peluang bisnis, terutama dari Pertamina Group, yang dapat memberikan kontribusi besar bagi perusahaan,” ujarnya.

Apointed Actuary PertaLife Insurance, Joko Suwaryo, juga memberikan paparan terkait penerapan PSAK 117 yang harus dihadapi oleh perusahaan. “Penerapan PSAK 117 akan menjadi tantangan, tetapi ini juga merupakan kesempatan untuk kita beradaptasi dan berkembang lebih baik lagi,” ungkap Joko.

Corporate Communication PertaLife Insurance, Ratih Triutami Wijayanti menjelaskan bahwa kegiatan ini menjadi momentum yang penting bagi seluruh jajaran PertaLife Insurance untuk lebih solid dan kompak dalam mencapai tujuan bersama di tahun 2025. **PLI**

## PENGUKUHAN PENGURUS SPPSI JAKARTA 2024 - 2027

“ Meningkatkan Semangat Patriotisme dalam Mengawal Kelangsungan Bisnis Perusahaan Dari Kenakmatuan Pekerja, Bangsa, dan Negara ”



## DPLK PertaLife Tawarkan Solusi Pensiun Cerdas bagi Karyawan Pertamina dengan Program Pensiun Iuran Pasti (PPIP)”

Jakarta - Serikat Pekerja Pertamina Seluruh Indonesia Jakarta (SPPSI Jakarta) mengukuhkan pengurus baru untuk periode 2024-2027 di Ballroom Grha Pertamina pada Selasa (7/1/2025).

Hadir dalam acara tersebut Menteri Ketenagakerjaan Republik Indonesia (RI), Prof. Yassierli, Komisariss Independen Pertamina, Condro Kirono, Direktur Utama Pertamina, Simon Aloysius Mantiri, serta jajaran Direksi Holding, Subholding, dan Anak Perusahaan Pertamina. Selain itu, turut hadir pula Presiden Federasi Serikat Pekerja Pertamina Bersatu (FSPPB), Arie Gumilar, Ketua Umum Serikat Pekerja Konstituen FSPPB, dan para pengurus serta anggota SPPSI Jakarta.

Sebagai bagian dari Federasi Serikat Pekerja Pertamina Bersatu (FSPPB), SPPSI Jakarta tidak hanya bertanggung jawab dalam mengurus kesejahteraan pekerja, tetapi juga berperan aktif dalam kelangsungan bisnis Pertamina untuk memberikan dampak positif bagi masyarakat, bangsa, dan negara.

Acara ini juga diisi dengan sesi talkshow ketenagakerjaan, dengan Menteri Ketenagakerjaan RI sebagai *keynote speaker*. Sesi ini menghadirkan

narasumber dari berbagai pihak, seperti Direktur Penyelesaian Perselisihan Hubungan Industrial Kementerian Ketenagakerjaan, Agatha Widianawati, Pengurus DPLK PertaLife, Deny Kuriniawan, serta Konsultan Hukum dan Pengajar Fakultas Hukum, Dr. Willy Farianto.

Dalam sesi tersebut, Deny Kuriniawan memaparkan pentingnya pengelolaan keuangan bagi pekerja, terutama terkait persiapan masa pensiun. Menurut Deny, masa pensiun adalah fase kehidupan yang pasti dialami setiap pekerja, dan saat itulah penghasilan tetap berakhir. Oleh karena itu, pengelolaan keuangan yang bijak sangat penting sejak dini agar masa pensiun dapat dijalani dengan tenang dan nyaman.

“Secara ideal, penghasilan pensiun harus mencapai 70%-80% dari gaji terakhir. Karyawan Pertamina harus mempersiapkan dana pensiun melalui tiga tahapan penting: Perencanaan Keuangan, Keamanan Keuangan dengan pengelolaan cash flow dan dana darurat, serta kenyamanan keuangan melalui persiapan Dana Pensiun dan Investasi. Terakhir, distribusi kekayaan melalui warisan harta kepada ahli waris,” jelas Deny Kuriniawan.

# Martino Faishal Saudi

## Memberi Contoh, Membangun Kepercayaan

“Pantang pulang sebelum kelar.” Begitulah filosofi hidup Martino Faishal Saudi, Direktur Pemasaran PT Perta Life Insurance (PertaLife), dalam menyikapi setiap amanah atau tugas yang dia terima. Termasuk amanah sebagai Direktur Pemasaran PertaLife Insurance, setelah lulus uji kelayakan dan kepatutan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

Bagi Faishal, setiap amanah yang dia terima harus dia selesaikan. Dan hal itu ia terapkan dalam 15 tahun lebih karirnya sebagai Pekerja di PT Pertamina (Persero) dan Pertamina Group..

Bukan hanya bekerja di bidang yang sudah lama dia kuasai yaitu bidang sumber daya manusia (SDM) di Pertamina Group. Tapi juga di “dunia” baru seperti bidang pemasaran di PertaLife Insurance.

Setelah belasan tahun malang melintang dan bergelut dengan dunia SDM di Pertamina Group, Faishal mendapat tawaran untuk mengikuti *fit and proper test* sebagai kandidat direktur pemasaran di PertaLife Insurance pada pertengahan 2024. “Ini hal baru karena terkait pemasaran. Buat saya ini tantangan. Karena selama 15 tahun saya bekerja di bidang SDM,” ujar jebolan Teknik Industri ITS Surabaya itu.

Dia melihat banyak proses bisnis di PertaLife Insurance terkait dengan pengelolaan orang. Sehingga tidak lepas dari kompetensi orang-orang di SDM.

Menerima jabatan baru sebagai direktur pemasaran di PertaLife Insurance adalah tantangan terbesar selama berkarir. Dia mengakui harus banyak belajar proses baru di PertaLife Insurance. “Kalau di Pertamina, saya belajar bisnis dari hulu ke hilir dari sisi SDM,” cetus mantan *Manager Performance & Competency Management* PT Pertamina (Persero) tersebut.

Meski begitu, dengan pengetahuan dan pengalaman selama berkarir di Pertamina, yang banyak terkait dengan pengelolaan manusia, baik itu pekerja maupun mitra kerja, Faishal yakin banyak sekali berhubungan dengan bisnis PertaLife Insurance. Terutama terkait dengan produk asuransi jiwa, asuransi kesehatan, maupun dana pensiun.

Artinya, saat ditawarkan menjadi kandidat direktur pemasaran di PertaLife Insurance, dia mempelajari dulu proses bisnis di PertaLife Insurance. Lantaran dia melihat secara proses bisnis di PertaLife Insurance banyak berkaitan dengan kesejahteraan SDM, baik pengelolaan pekerja maupun mitra kerja, dia berani menerima tantangan tersebut. “Karena saya paham bagaimana kebijakan dibuat, bagaimana pengelolaan anggaran, sampai bagaimana berhubungan dengan *person in charge* (PIC) di bagian SDM perusahaan,” ujarnya.



saat bertugas dilapangan tahun 2018

Keberanian menerima tantangan dan bidang pekerjaan yang baru kini mulai dia terapkan ke Perwira PertaLife Insurance di Divisi Pemasaran. Sebagai garda terdepan PertaLife Insurance, Perwira PertaLife di divisi pemasaran, menurutnya harus sering berinteraksi dan rajin mendatangi calon nasabah dan para *stakeholder* untuk melihat peluang-peluang bisnis. “Dulu mungkin bagian marketing lebih banyak terkait administrasi seperti *renewal*,” katanya.

Tapi mindset dan kultur itu sekarang harus diubah. Staf *marketing*, lanjut Faishal, sekarang harus keluar dan menjemput bola. Mereka harus datang ke *stakeholder* dan harus melihat kebijakan dibuat dan melihat bagaimana mereka membedah peraturan perusahaan supaya peluang bisnis baru didapat oleh para staf *marketing*.

Kalau pola kerja yang lama sifatnya lebih *renewal* atau perpanjangan, maka sekarang produk dan bisnis baru lah yang akan menjadi perhatian teman-teman di *marketing*.

Tapi, sebagai seorang pemimpin di divisi pemasaran, Faishal memiliki prinsip bahwa seorang leader harus memberikan contoh atau menjadi *role model* agar penugasan untuk aktif mendatangi calon nasabah dan *stakeholder* bisa berjalan efektif. “Ketika kita menugaskan seseorang, sebagai leader yang baik

tidak hanya memerintahkan, tapi juga harus bisa memberikan contoh. Karena dengan memberikan contoh maka penugasan akan lebih jelas,” paparnya.

Dengan memberikan contoh sekaligus *role model*, kepercayaan juga akan lebih terbangun. Untuk membangun *trust* tersebut, Faishal tidak segan menemani stafnya yang lembur atau mengerjakan *project*. Tujuannya untuk memastikan mereka tidak mengalami kesulitan ketika sedang mengerjakan *project* itu.

Bahkan ketika mereka membutuhkan relaksasi saat mengerjakan *project*, kadang dia melakukan diskusi bersama di luar kantor sambil sarapan, makan siang, atau makan malam. “Karena diskusi tidak harus di ruang meeting. Lebih efektif seperti itu,” cetusnya.

Dari proses-proses seperti itu, lanjutnya, kesan terlalu formal bisa diminimalisir. Jadi tidak terlalu berkesan atasan dan bawahan, tapi seperti rekan kerja sendiri. Bagi mereka akan lebih enak menyampaikan pendapatnya. “Kemudian kalau ada masalah mereka lebih gampang mengungkapkannya,” kata Faishal.

Sikap mudah bergaul dengan siapapun ini oleh Faishal juga coba ditularkan ke Perwira PertaLife di divisi pemasaran. Menurutnya, Perwira PertaLife jangan pernah takut untuk bertemu orang baru, menyapa orang baru dan untuk memulai berbisnis dengan klien-klien baru. “Kuncinya kita memang harus mudah bergaul. Jadi ketika berbisnis, jangan pernah ragu atau takut dulu. Berbisnis dengan Pertamina sebagai *holding* misalnya, anggap seperti dengan rekan kerja saja.” ujarnya memberi tips.

Selain itu, komunikasi yang aktif juga penting. Perwira PertaLife harus berani memulai dan jangan menunggu. Karena, jika kehilangan satu menit berarti kita kehilangan peluang berbisnis di situ. Termasuk juga untuk teman-teman yang bertugas di pemasaran *non captive* untuk mulai membuka *networking* dan mengikuti agenda-agenda yang ada di luar. Dengan begitu, akan memperbanyak kawan di luar dan peluang bisnis akan datang dengan sendirinya.

Sebelum menjalani tugas baru di bidang pemasaran, khususnya asuransi, Faishal memang lebih banyak berkecimpung di dunia SDM. Saat awal meniti karir di Pertamina pada 2009, dia ditugaskan sebagai *Planning & Development* Pertamina Corporate University hingga 2015.

Lalu, mulai 2015 hingga 2018, ia dimutasi ke *Human Capital Business Partner Refinery* Pertamina, dan kemudian dipindahkan lagi ke *HC Business Partner PT Pertamina Hulu Energi* hingga 2020. Sebelum menjadi *Manager Performance & Competency Management* Pertamina dari 2023 sampai 2024, Faishal sempat menjabat sebagai *Manager HC Business Partner Pertamina Internasional Shipping*.



Mengisi waktu libur dengan jalan bersama keluarga

Dengan banyak pengalaman di bidang SDM, Faishal justru bisa memahami kebutuhan pekerja. Karena itu, di bawah pimpinannya, divisi pemasaran mulai membuat katalog produk secara komprehensif. Jika sebelumnya, masing-masing produk dijual secara terpisah, maka mulai 2025 produk dijual dalam satu produk alias *bundling product*. “Ada asuransi jiwa, kesehatan, dan DPLK-nya,” katanya.

Artinya, ketika bagian marketing berhubungan dengan PIC perusahaan pasti akan terkait dengan SDM-nya. Apakah itu Pertamina maupun non Pertamina. Termasuk kebijakan maupun anggarannya. “Jadi saat akan menjual secara bundling akan memudahkan dalam penjualannya. Termasuk strategi bagaimana kita akan memperbanyak bisnis untuk *captive market* baik di Pertamina maupun di PT Timah Tbk,” tuturnya.

Meski beban pekerjaan sebagai direktur pemasaran di PertaLife Insurance menyita waktu dan pikiran, Faishal tetap berupaya menyeimbangkan dengan kehidupan keluarga. Di akhir pekan, ia menyempatkan diri menemani putra putrinya latihan basket yang menjadi hobi mereka.

Atau di saat *weekend*, dia menghabiskan waktu untuk makan bersama dengan keluarga, selain olahraga bareng. “Kalau ada libur panjang saya sempatkan liburan ke luar kota bersama keluarga. Karena memang masa-masa emas bersama anak ketika berusia masih SD dan SMP. Mereka akan sangat merekam kejadian itu akan terus ingat sampai dewasa,” tutupnya.



## Perkuat Sinergi dengan Insan Media **PertaLife Insurance** **Gelar Media Gathering 2025**



**BOGOR** – PertaLife Insurance menggelar acara media gathering yang dihadiri oleh puluhan jurnalis dari berbagai media nasional pada 24 hingga 25 Januari 2025 di Bogor. Acara ini turut dihadiri oleh jajaran manajemen PertaLife Insurance, termasuk Direktur Utama Hanindio W. Hadi, Direktur Pemasaran Martino Faishal Saudi, Direktur Keuangan Sigit Panilih, serta perwakilan lainnya.

Mengusung tema *Synergy: We Are Stronger Together*, media gathering ini tidak hanya menyajikan pemaparan tentang kinerja keuangan PertaLife Insurance sepanjang tahun 2024 (unaudited), tetapi juga membahas rencana kerja perusahaan untuk tahun 2025. Dalam kesempatan tersebut, Direktur Utama PertaLife Insurance, Hanindio W. Hadi, menyampaikan apresiasi yang mendalam kepada para jurnalis atas dukungan yang telah diberikan melalui pemberitaan yang positif dan konstruktif.

# Galeri Foto



“Sejak transformasi yang kami lakukan pada tahun 2020, kami sangat mendapatkan dukungan yang luar biasa dari teman-teman media. Hal ini berperan penting dalam mengembalikan kepercayaan publik terhadap kami, khususnya setelah tantangan besar yang dihadapi industri asuransi beberapa tahun terakhir. Kami berharap, acara ini dapat semakin mempererat hubungan kami dengan media sebagai mitra strategis, sehingga kepercayaan masyarakat terhadap PertaLife Insurance semakin meningkat,” ungkap Hanindio.

Selain pemaparan materi, acara media gathering ini juga diisi dengan berbagai kegiatan seru, seperti permainan santai, pembagian *doorprize*, serta aktivitas rafting menyusuri deras arus Sungai Cisadane, yang semakin mempererat hubungan antara PertaLife Insurance dan para jurnalis yang hadir.

Dengan mengusung tema sinergi, PertaLife Insurance berharap dapat terus tumbuh dan menjadi mitra terpercaya dalam dunia asuransi, serta semakin memperkuat hubungan dengan insan media untuk menghadirkan informasi yang bermanfaat bagi masyarakat.

# ROKOK ELEKTRIK

## Wajah Baru Perusak Paru-Paru



**V**aping atau merokok dengan vape dan rokok elektrik (POD) belakangan makin digemari dan mulai menjadi gaya hidup sebagian masyarakat Indonesia terutama di perkotaan. Sebagian besar dari perokok vape itu menganggap dampak mengonsumsi vape tidak seberbahaya rokok konvensional. Ternyata, anggapan itu salah besar.

Pengalaman nyata efek negatif vape pernah dibagikan anak food vlogger Farida Nurhan yang bernama Permesta Dhyaz. Dia menderita radang paru-paru lantaran kerap terpapar asap rokok elektrik. Bahkan, saking sukanya pada vape dan pod, Dhyaz mengaku hampir setiap hari menghirup asap beracun tersebut. Imbasnya, Dhyaz mengalami batuk-batuk parah dan belakangan divonis mengidap radang paru-paru akibat menghirup vape.

Menurut Dr. Jeremy London, MD, dokter spesialis bedah kardiovaskular dan toraks asal Amerika Serikat, cairan vape mengandung diacetyl formaldehydes yang ketika dihirup oleh paru-paru, secara langsung dapat merusak kantong udara pada paru-paru. "Istilahnya disebut popcorn lungs," ujarnya.

*Popcorn lungs* atau paru-paru *popcorn* adalah penyakit *bronkiolitis obliterans*, yang menyebabkan penyumbatan saluran udara terkecil di paru-paru (bronkiolus) akibat peradangan. Gejalanya ditandai dengan batuk kering yang tidak kunjung sembuh, sesak napas, mengi, demam, sakit kepala dan mudah lelah.

Selain menyebabkan *popcorn lungs*, pada Agustus 2019, *Centers for Disease Control and Prevention* (CDC) sudah pernah mengidentifikasi penyakit baru berkenaan dengan infeksi paru-paru yang disebabkan oleh konsumsi vape. Nama penyakit baru ini adalah *Evali* atau *E-cigarette or Vaping-Product-Use Associated Lung Injury*.

CDC merumuskan jenis penyakit baru ini berkenaan dengan merebaknya kasus infeksi paru-paru berbahaya dan fatal di beberapa wilayah di Amerika Serikat. Peneliti dan dokter di sana menemukan kesamaan pola di antara para pasien, yakni mereka mengonsumsi rokok elektrik beberapa lama sebelum mengalami infeksi paru-paru.

Dikutip dari *Yale Medicine*, penyebab utama *Evali* bisa jadi vitamin *E Asetat* dan *Tetrahydrocannabinol* (THC) yang masuk ke tubuh saat penggunaan vape. Meskipun, para peneliti belum bisa menyimpulkan sebab tunggal infeksi paru-paru yang menyerang penghisap rokok elektrik ini.

Gejala *Evali* umumnya adalah nafas pendek-pendek, batuk-batuk, sakit dada, demam dan flu, diare, mual, dan muntah-muntah. Selain itu, jantung berdebar-debar serta nafas dangkal dan cepat. Diagnosis *Evali* baru bisa ditegakkan jika pengidap gejala-gejala tersebut melaporkan mengonsumsi vape setidaknya selama 90 hari, sebelum gejala dirasakan.

Ketua Departemen Pulmonologi Fakultas Kedokteran Universitas Indonesia (FKUI), Dr. dr.

Agus Dwi Susanto, Sp.P. (K) pernah menjelaskan efek berbahaya dari rokok elektrik ini. Sifat iritatif dan oksidatif dari asap vape adalah salah satu sebab utamanya, di luar sebab substantif lain.

Uap yang dihasilkan oleh rokok elektrik mengandung partikel halus seperti halnya asap yang dibakar oleh rokok konvensional yang dikenal sebagai particulate matter (PM). "Partikel halus itu bersifat toksik merusak jaringan atau bersifat iritatif," kata Agus.

Sementara berdasarkan riset yang dipublikasikan American Journal of Preventive Medicine pada pertengahan 2019, penggunaan rokok elektrik dapat meningkatkan risiko penyakit jantung hingga 30% dibandingkan orang yang tidak mengonsumsi vape sama sekali.

Jika seseorang mengonsumsi vape dan rokok bakar pada saat bersamaan, risiko penyakitnya pun lebih tinggi lagi. Infeksi paru-paru seperti bronkitis kronis, emfisema, asma, atau penyakit paru obstruktif kronis (PPOK) adalah jenis penyakit akut yang mengintai konsumen dua jenis rokok ini, selain Evali. Bahkan, studi lain menemukan bahwa konsumsi vape dan rokok bakar secara bersamaan bisa menaikkan risiko penyakit stroke.

Dokter Jeremy menjelaskan, dampak vape jauh lebih buruk dan masif, adalah kebijakan ataupun regulasi tentang kandungan nikotin di dalamnya yang masih begitu lemah. Bahkan, para pengguna vape hampir diterima secara sosial hampir di seluruh negara. Hal ini membuat pengguna vape merasa lebih bebas "berasap" dimana pun mereka berada.

Artinya, paparan nikotin dari vape akan lebih tinggi. Risiko tekanan darah tinggi, stroke, hingga serangan jantung menjadi konsekuensinya. Belum lagi kandungan formaldehydes penyebab kanker dan materi racun seperti timbal, tin dan nikel yang ketika dihirup ke dalam tubuh, akan sulit untuk dikeluarkan kembali," ujar Dokter Jeremy.

Selain itu, meskipun efek jangka panjang dari rokok elektrik terhadap risiko kanker belum diketahui, tetapi zat karsinogen penyebab kanker seperti formaldehyde dan acetaldehyde telah ditemukan terdapat di dalam rokok elektrik.



# Penat Musnah Di Tengah Indahnya Telaga Saat

**M**enghilangkan penat dan menyegarkan pikiran sudah menjadi kebutuhan utama masyarakat kota besar seperti warga Jakarta dan sekitarnya. Menghirup udara segar sambil memanjakan mata dengan pemandangan alam yang asri dan hijau jelas bakal mengusir rasa lelah akibat rutinitas sehari-hari.

Salah satu destinasi wisata yang bisa menjadi pilihan warga Jakarta yang ingin berlibur di akhir pekan adalah Telaga Saat di kawasan Puncak, Bogor, Jawa Barat. Tepatnya di daerah Cibulao, Tugu Utara, Kecamatan Cisarua, Kabupaten Bogor, Jawa Barat.

Di sini, Anda bisa menikmati hamparan danau atau telaga seluas 1,5 hektare yang masih alami dengan pemandangan alam yang serba hijau. Danau dengan udara yang sejuk dan menjadi hulu dan titik nol Sungai Ciliwung ini benar-benar menenangkan karena dikelilingi perbukitan hijau dan hamparan perkebunan teh. Belum lagi suguhan pemandangan Gunung Gede Pangrango yang sesekali diselimuti kabut.

Air di telaga juga masih sangat jernih dan bersih, sehingga menyejukkan mata saat dilihat. Bahkan saking jernihnya, permukaan air telaga ini mampu memantulkan bayangan apa pun di sekitarnya, termasuk pepohonan di sekelilingnya.

Lantaran berada di dataran tinggi, di sekitar danau yang cantik ini terkadang diselimuti oleh kabut dingin. Bahkan, Anda bisa berkeliling danau dengan perahu kano dan berswafoto di danau. Di sini,

Anda benar-benar akan menikmati spot healing yang sangat memesona dan menyenangkan.

Kalau tak ingin berkeliling danau menggunakan perahu, Anda bisa menggelar tikar di sekitar danau untuk piknik. Sambil makan dan minum dengan suguhan panorama alam pegunungan, danau, dan kebun teh, Anda bisa mengusir rasa lelah dengan bersenda gurau bersama keluarga tercinta atau teman-teman dekat.

Selain piknik di danau, Anda bisa melakukan kegiatan alam yang menyenangkan lainnya.



Seperti trekking menyusuri hutan, kebun teh, dan kebun kopi. Atau menjajal fasilitas *outbond* yang tersedia, mulai dari *flying fox*, *burma bridge*, dan jaring pendarat.

Bukan hanya permainan, di Telaga Saat Anda juga

## Rekomendasi



bisa berlibur sambil menambah pengetahuan. Bagi pengunjung yang ingin berwisata sekaligus mempelajari cara pembuatan teh, Anda bisa memilih paket edukasi one day trip yang dikelola oleh pihak desa wisata Telaga Saat. Mulai dari tiket masuk, makan, fasilitas shuttle car, teawalk, dan proses pembuatan teh manual.

Nah, bagi penggemar otomotif, Anda juga bisa menjajal paket offroad dengan jeep yang bisa disewa atau menaklukkan jalur trekking yang cukup menantang.

Sebelum memutuskan berlibur ke Telaga Saat, Anda juga harus tahu bahwa Telaga Saat buka setiap hari, mulai dari pukul 07.30 sampai 18.00 WIB dengan harga tiket masuk sebesar Rp 10.000 per orang. Itu sudah termasuk fasilitas toilet dan gazebo yang tersedia di area Telaga Saat.

Tapi, sebelum masuk ke Telaga Saat, Anda terlebih dahulu harus masuk Telaga Warna dengan tiket masuk Rp 25.000 per orang. Total jadi Rp 35.000 per orang. Untuk parkir sepeda motor tarifnya Rp 2.000 dan Rp 5.000 untuk parkir mobil.

Sedangkan untuk sewa mobil komodo setiap 90 menit tarifnya Rp 400.000 dan sewa perahu kano Rp 50.000.

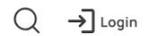
Bagi warga Jabodetabek yang ingin liburan ke Telaga Saat, Anda juga bisa dengan mudah ke lokasi tujuan. Bagi yang menggunakan mobil pribadi atau bus pariwisata, dari arah Jakarta Anda tinggal keluar gerbang tol Jagorawi/Gadag, lalu ke arah Jalan Raya Puncak.

Setelah melewati Cisarua dan melewati Masjid At Taawun, sekitar 2 km setelahnya Anda bisa mencari pintu masuk Telaga Saat yang terletak di samping Melrimba Garden.

Namun, akses jalan menuju ke Telaga Saat masih sedikit terjal dan berbelok-belok serta berbatu dan licin. Karena itu Anda harus berhati-hati saat membawa kendaraan.

Tapi, bagi wisatawan, medan yang sedikit sulit tersebut sebanding dengan keindahan panorama Telaga Saat yang menawan. "Sampai telaga, langsung disuguhkan udara sejuk, danau yang jernih, bukit dan hutan yang hijau serta kebun teh yang asri. Rasa lelah setelah bekerja sepekan hilang seketika," kata Najma, salah seorang pengunjung yang datang bersama keluarganya.





## Tegas! OJK Ingatkan Asuransi Kredit Dilarang Dipasarkan oleh Perusahaan Kurang Modal

Bisnis.com, JAKARTA – Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menegaskan perusahaan asuransi yang belum memenuhi persyaratan sesuai Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) Nomor 20 Tahun 2023 tidak diizinkan menjual produk asuransi kredit (askred).

Kepala Departemen Pengaturan dan Pengembangan Perasuransian, Penjaminan dan Dana Pensiun OJK Djonieri menjelaskan OJK akan memberi waktu bagi perusahaan yang asuransi kreditnya yang sedang berjalan.

Adapun POJK 20/2023 ini efektif berlaku mulai 13 Desember 2024. “Di aturan kita dengan tegas mengatakan, bagi perusahaan asuransi yang belum memenuhi syarat dia tidak boleh memasarkan produk itu lagi. Tetapi untuk yang masih on going, itu diselesaikan sampai selesai. Tapi untuk memasarkan produk baru tidak boleh. Itu di aturan kita bunyinya begitu,” kata Djonieri dalam online webinar Media Asuransi, Kamis (30/1/20205).

<https://finansial.bisnis.com/read/20250130/215/1835529/tegas-ojk-ingatkan-asuransi-kredit-dilarang-dipasarkan-oleh-perusahaan-kurang-modal>



## Kencangkan Sabuk Pengaman, Laba Asuransi Bisa Terjun Bebas Negara Ini

Jakarta, CNBC Indonesia - Penerapan standar akuntansi yang diterapkan khusus untuk industri asuransi alias PSAK 117 bisa membuat pendapatan industri baik asuransi jiwa atau umum turun hingga 47,78%, dan laba hingga 88,31%.

Appointed Actuary PertaLife Insurance Joko Suwaryo mengatakan, penerapan PSAK 117 memiliki dampak signifikan pada berbagai aspek perusahaan asuransi, termasuk aset, ekuitas, pendapatan, dan beban. Pada asuransi jiwa, dampaknya lebih terasa di sisi laba rugi, terutama pada pendapatan dan beban.

Melalui hasil paralel run yang telah dilaksanakan sepanjang kuartal 1 tahun 2024, pendapatan asuransi jiwa turun 47,86% setelah pemberlakuan PSAK 117 dibandingkan dengan pemberlakuan PSAK 104.

<https://www.cnbcindonesia.com/market/20250127163020-17-606212/kencangkan-sabuk-pengaman-laba-asuransi-bisa-terjun-bebas-negara-ini>



## OJK Perkirakan Produk Unitlink di Asuransi Jiwa Masih Diminati, Ini Penyebabnya

KONTAN.CO.ID - JAKARTA. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) memprediksi, di tahun 2025, produk asuransi yang dikaitkan dengan Investasi (PAYDI) atau unitlink masih akan diminati. Selain itu, juga diprediksi tetap menjadi salah satu penyumbang terbesar dari total premi industri asuransi jiwa, meski bukan lagi produk Dungan kontribusi terbesar.

Kepala Eksekutif Pengawas Perasuransian, Dana Pensiun, Lembaga Pembiayaan, dan Lembaga Jasa Keuangan Lainnya OJK Ogi Prastomiyono menuturkan, hal tersebut tercermin dari performa unitlink pada 2024. Di mana pada tahun lalu, pendapatan premi dari produk ini terus menunjukkan tren naik.

“Maka untuk tahun 2025, OJK memperkirakan produk unitlink masih akan menjadi salah satu produk unggulan asuransi jiwa. Meskipun porsi unitlink sendiri telah mencapai ekuilibrium baru, yaitu sekitar 25%—28% dari total premi asuransi jiwa,” ujar Ogi dalam jawaban tertulis RDK OJK Jumat (24/1).

■ <https://keuangan.kontan.co.id/news/ojk-perkiraan-produk-unitlink-di-asuransi-jiwa-masih-diminati-ini-penyebabnya>