

POTRET

PERTALIFE E-MAGAZINE
EDISI 45 | Agustus 2025

Terbit Setiap Bulan

**“LEGACY IN
ACTION”**

*Dari Perayaan
ke Aksi Nyata*



Daftar Isi

04	BOD Message	21	Pojok IT
05	Topik Utama	23	Info DPLK
11	Komik “Bang Lepy”	25	Berita Pilihan
12	Corporate Retail & Marketing	38	Profil
13	Customer Engagement & Services	40	Galeri Foto
14	Transformasi Budaya	42	Tips Kesehatan
16	Suara Korporat	44	Rekomendasi
19	Pojok Asuransi	45	Berita Terkini

Susunan

Redaksi



Pembina

Hanindio W. Hadi

Pemimpin Redaksi

Amitya B. Koesnowadi

Redaktur Pelaksana

Ratih Triutami Wijayanti, Kuntoro

Sekretaris Redaksi

Dian Herlina, Riyon Giffari Zola

Reporter

Kuntoro, Dian Herlina, Nasrullah, Riyon 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 tepercaya 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 tepercaya 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

Melampaui Seremonial, Menuju Jejak yang Berarti

Setiap perayaan menyisakan gema. Ada tepuk tangan, ada nostalgia, ada kebanggaan. Tapi setelah lampu sorot padam dan panggung diturunkan, satu pertanyaan tetap menggema di ruang batin organisasi: apa yang kita lakukan selanjutnya?

Edisi POTRET kali ini mengangkat tema “Legacy in Action: Dari Perayaan ke Aksi Nyata” sebagai refleksi sekaligus ajakan kolektif. Setelah euforia peringatan 40 tahun PertaLife Insurance, kini saatnya kita menguji makna sejati dari warisan. Apakah ia sekadar kenangan yang diperingati? Atau ia menjadi energi yang terus menggerakkan kita maju—dalam keputusan, dalam kebiasaan, dalam cara kita bekerja setiap hari?

Kami percaya bahwa legacy bukanlah arsip yang disimpan dalam laci, melainkan sistem yang terus hidup. Ia tumbuh dalam budaya kerja yang dijaga, dalam nilai-nilai perusahaan yang diuji di tengah tantangan, dan dalam tindakan konkret yang memberi dampak bagi para pemangku kepentingan. Dan yang lebih penting, warisan sejati tak hanya diemban oleh para pemimpin, tetapi juga oleh setiap insan PertaLife di seluruh lini.

Edisi ini menyajikan pandangan reflektif dari para direktur—dari makna kepemimpinan berbasis nilai, transformasi brand, tata kelola berkelanjutan, hingga proses operasional yang menjadi wajah harian reputasi perusahaan. Kami juga menghadirkan cerita-cerita dari mereka yang lebih dulu bergerak: individu dan tim yang menyalakan semangat Care, Commit, Agile dalam berbagai inisiatif pasca-HUT ke-40.

Bagi kami, ini bukan sekadar dokumentasi, melainkan cermin. Karena yang membuat warisan bernilai bukanlah momen puncaknya, melainkan kesinambungan langkah-langkah kecil yang menyusul setelahnya. Dan setiap dari kita punya peran dalam melanjutkan jejak itu—dalam sunyi dan dalam riuhnya perubahan.

Akhirnya, kami mengajak Anda membaca edisi ini dengan hati yang terbuka. Karena mungkin, di antara lembar-lembar ini, Anda akan menemukan kembali jejak Anda sendiri—dan menyadari bahwa legacy tak pernah benar-benar selesai. Ia hanya berpindah tangan, dari satu komitmen ke komitmen berikutnya.

Salam hangat dan hormat,

Redaksi POTRET

PertaLife Insurance

“MENJADI WARISAN YANG BERGERAK”

Rekan-rekan Perwira PertaLife yang saya banggakan,

Perayaan 40 tahun perjalanan kita bukanlah sekadar kilas balik pencapaian, melainkan momen reflektif untuk menegaskan arah ke depan. Di tengah gemerlap selebrasi, satu hal yang perlu kita ingat bersama: perayaan hanyalah jeda, bukan tujuan. Ia memberi ruang untuk menoleh ke belakang sejenak, lalu melangkah maju dengan visi yang lebih jernih dan tekad yang lebih terarah.

Kita hidup dalam dunia yang bergerak cepat. Di tengah perubahan, *legacy* kerap dianggap sebagai sesuatu yang diam—lencana masa lalu, simbol kejayaan. Padahal, warisan sejati bukanlah monumen; ia adalah gerak. *Legacy* adalah bagaimana nilai-nilai yang telah dibangun selama empat dekade ini tetap hidup, bertumbuh, dan relevan melalui setiap tindakan yang kita ambil hari ini.

Transformasi yang telah kita jalankan beberapa tahun terakhir adalah upaya kolektif untuk memastikan bahwa warisan tersebut tidak hanya bertahan, tapi juga berdampak. Kini kita memasuki babak baru: menghidupkan nilai-nilai itu dalam kerja nyata. Artinya, setiap kebijakan, program, hingga interaksi layanan harus mencerminkan semangat “*Legacy in Action*”—bahwa keberlanjutan tidak cukup dengan niat baik, tapi perlu diwujudkan dalam komitmen dan kontribusi berkesinambungan.

Sebagai manajemen, kami menyadari bahwa keberhasilan perusahaan tidak semata ditentukan oleh strategi. Ia ditopang oleh kesungguhan dan integritas setiap insan di dalamnya. Oleh karena itu, sejumlah inisiatif telah dan akan terus kita dorong: penyempurnaan sistem kerja berbasis integritas, transformasi digital yang inklusif, penguatan budaya pelayanan, keberlanjutan operasional, hingga regenerasi kepemimpinan yang berpijak pada nilai.

Namun semua langkah itu akan kehilangan makna jika tidak dijalankan bersama. Warisan hanya akan hidup jika kita semua, tanpa terkecuali, merasa menjadi bagian darinya. Tidak ada peran yang terlalu kecil dalam membangun organisasi bernilai. Dari lini pelayanan hingga manajemen strategis, semua kontribusi menyatu membentuk jejak panjang yang kita wariskan.

Nilai-nilai *Care*, *Commit*, dan *Agile* bukan hanya slogan perusahaan, melainkan fondasi dari cara kita bekerja, berkolaborasi, dan menghadapi perubahan. Ketika kita menjadikan nilai-nilai ini sebagai bagian dari keputusan dan tindakan harian, maka kita tidak sekadar menjaga nama besar PertaLife Insurance—kita menghidupinya.

Kami mengajak kita semua untuk terus bergerak dari seremonial menuju substansi, dari kebanggaan menuju kebermanfaatn. Mari tanamkan dalam diri masing-masing rasa memiliki, sense of ownership, bahwa kita bukan sekadar penerus warisan, tetapi juga pembentuk masa depannya.

Dan kelak, saat estafet ini sampai ke generasi berikutnya, kita ingin mereka berkata: “Kami mewarisi organisasi yang tidak hanya besar namanya, tetapi hidup nilainya.” Itulah warisan terbaik yang bisa kita berikan.

Salam hormat,

Alfa Niasari Utami

Direktur Operasional PertaLife Insurance



■ **Alfa Niasari Utami**
Direktur Operasional
PT Perta Life Insurance

LEGACY ITU BERGERAK, Bukan Diam dalam Bingkai

Warisan yang sejati bukan hanya tergantung di dinding atau tersimpan dalam album perayaan. Ia hidup—bergerak, bertransformasi, dan bekerja dalam senyap maupun sorotan. Dalam dunia korporasi, *legacy* sering dirayakan sebagai puncak keberhasilan masa lalu. Tapi bagi organisasi yang berpikir ke depan, warisan tak boleh menjadi tempat berdiam. Ia harus menjadi bahan bakar langkah-langkah baru.

Terlalu banyak organisasi besar yang kehilangan arah karena terpaku pada mitos kejayaannya sendiri. Menjadi hebat di masa lalu, namun gagap menghadapi realitas hari ini. Di sinilah paradoks warisan mengintai: ketika kita terlalu sibuk menjaga simbol, tapi lupa menghidupkan semangat di baliknya. Maka, yang kita butuhkan bukan sekadar *legacy*, tapi *legacy in motion*—warisan yang tak statis, melainkan aktif. Bukan sekadar kebanggaan masa lampau, tetapi komitmen yang menuntut keberlanjutan dalam tindakan.

Direktur Utama Hanindio W. Hadi merangkul semangat ini secara lugas:

“Legacy tidak kita warisi untuk disimpan. Kita merawatnya justru agar ia tetap relevan, terus memberi nilai, dan bisa diwariskan kembali dalam bentuk yang lebih baik.”

Edisi Majalah *Potret* kali ini hadir sebagai jembatan antara narasi dan implementasi. Kita tak hanya

menelisis nilai-nilai yang diwariskan, tetapi bagaimana setiap direktorat—dari strategi hingga operasional—menerjemahkan *legacy* itu ke dalam keputusan, budaya, dan inovasi nyata.

“Legacy in Action: Dari Perayaan ke Aksi Nyata” bukanlah sekadar tajuk editorial. Ia adalah undangan. Undangan untuk menghidupkan kembali nilai, untuk melangkah dari seremoni menuju sistem, dari nostalgia menuju relevansi.

Kita diajak tak hanya mengenang, tapi meneruskan. Tak hanya memelihara, tapi juga menciptakan.

Dalam halaman-halaman berikut, Anda akan menemukan suara para pemimpin—Direktur Utama, Direktur Marketing, Direktur Keuangan & Investasi, hingga Direktur Operasional—yang berbagi pandangan, pengalaman, dan arah.

Setiap tulisan adalah refleksi praktis tentang bagaimana *legacy* bisa hadir di lapangan: dalam strategi yang konsisten, layanan yang berdampak, tata kelola yang jujur, dan proses kerja yang terus disempurnakan.

Inilah saatnya melihat *legacy* sebagai sesuatu yang tak diam dalam bingkai, tapi hidup dalam tindakan. Karena warisan terbaik bukan yang dikenang, tapi yang terus memberi arti.

MEWARISKAN NILAI, Menggerakkan Organisasi



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

Di setiap organisasi, warisan tak hanya berupa gedung, sistem, atau sejarah panjang pencapaian. Warisan sejati adalah nilai. Ia tak kasat mata, tapi menuntun. Ia tak tertulis di laporan tahunan, tapi terasa dalam cara kita bekerja, memimpin, dan mengambil keputusan sehari-hari.

Bagi saya, *legacy* bukanlah akhir dari perjalanan, melainkan kompas yang memberi arah. Dalam perspektif kepemimpinan, warisan bukan sesuatu yang kita tinggalkan nanti saat pergi. Ia adalah sesuatu yang kita bangun hari ini—melalui sikap, keputusan, dan keberanian untuk menjadikan nilai-nilai perusahaan tetap hidup dan relevan dalam setiap zaman.

Organisasi yang kuat bukan hanya yang memiliki sistem, tetapi yang memiliki jiwa. Dan jiwa itu—dibentuk dari nilai-nilai dasar yang tak goyah oleh tren atau krisis. Kita boleh mengadopsi teknologi baru, menyesuaikan strategi pasar, dan mempercepat transformasi digital. Tapi nilai-nilai fundamental seperti integritas, kolaborasi, ketekunan, dan kepedulian tidak boleh ditinggal di belakang. Justru di tengah perubahan itulah, nilai menjadi jangkar.

Namun menjaga nilai saja tidak cukup. Tugas kepemimpinan hari ini adalah menghidupkan nilai itu dalam sistem kerja, dalam budaya tim, dalam kebijakan manajemen, dan dalam perilaku organisasi secara menyeluruh. *Legacy* hanya akan berlanjut jika ia mampu menjadi DNA yang diturunkan lintas generasi—bukan hanya menjadi slogan yang dibingkai di dinding.

Kami menyadari bahwa menjaga kesinambungan budaya tidak bisa dilakukan secara instan. Ia butuh strategi jangka panjang: pembelajaran yang konsisten, regenerasi kepemimpinan, integrasi nilai dalam sistem *reward* dan *performance*, serta keberanian untuk menegakkan prinsip meski tak selalu populer. Ini bukan sekadar soal “menjaga tradisi”, tapi soal menciptakan ekosistem yang bisa menumbuhkan keputusan dan tindakan yang benar, bahkan ketika tak ada yang melihat.

Sebagai Direktur Utama, saya melihat diri saya bukan hanya sebagai pengarah strategi, tetapi juga sebagai penjaga nilai. *Guardian of values*. Bukan karena saya yang paling benar, tapi karena di pundak pemimpin, selalu ada tanggung jawab moral untuk memastikan bahwa yang diwariskan bukan sekadar keuntungan, tapi juga kelayakan.

Ketika kita bicara tentang *Legacy in Action*, kita bicara tentang warisan yang bergerak—warisan yang tidak membelenggu, tetapi justru mendorong maju. Kita mewariskan bukan agar dikenang, tetapi agar diteruskan. Dan agar itu terjadi, kita harus mulai dari sekarang. Dari keputusan-keputusan kecil yang konsisten. Dari keteladanan yang sederhana tapi kuat.

Karena pada akhirnya, *legacy* terbaik bukan yang kita tinggalkan, tapi yang terus menghidupkan.

BRAND YANG MELEKAT, Komitmen yang Bergerak



■ **Martino Faishal Saudi**
Direktur Pemasaran
PT Perta Life Insurance

Kita bisa mengganti desain logo, memperbarui tagline, menyegarkan kampanye digital. Tapi ada satu hal yang tak bisa diubah begitu saja: makna dari merek itu sendiri.

Bagi saya, sebuah brand bukan sekadar soal bentuk visual atau janji di iklan. *Legacy* sebuah brand hidup dalam benak pelanggan—ia melekat bukan karena tampilannya, tapi karena pengalaman yang dirasakan secara konsisten. Dan di sanalah tantangan sebenarnya: menjaga agar janji merek tidak berhenti di layar, tetapi nyata dalam layanan, edukasi, dan relasi yang kita bangun setiap hari.

Dalam dunia pemasaran hari ini yang serba cepat dan algoritmis, kita sering terjebak dalam mengejar perhatian. Namun warisan brand sejati tidak dibangun dari viralitas semata, melainkan dari konsistensi niat baik. Dari bagaimana kita menjawab pertanyaan pelanggan, mendampingi mereka memahami produk, hingga bagaimana kita tetap hadir bahkan ketika tidak sedang menjual.

Transformasi brand adalah soal aksi nyata—bagaimana nilai-nilai historis yang telah dibangun perusahaan selama puluhan tahun diterjemahkan

dalam bahasa kekinian yang bisa dirasakan oleh generasi baru. Kita tidak melepaskan akar, justru kita menumbuhkannya lebih dalam, agar mampu menjangkau lebih luas.

Kami percaya bahwa brand bukan hanya milik tim marketing. Tapi tim marketing punya peran unik sebagai penjaga dan penyambung narasi besar—penghubung antara nilai lama yang dijaga, dengan ekspresi baru yang dibutuhkan. Merek bukan hanya harus dikenal, tapi juga dipercaya. Dan kepercayaan itu hanya tumbuh ketika ucapan dan tindakan bertemu di titik yang sama.

Mewarisi brand berarti mewarisi janji. Tapi lebih dari itu, kita juga dituntut untuk menepatinya, berulang kali. Di sinilah letak *legacy in action* yang sesungguhnya: bukan soal menjaga nama baik semata, tapi bagaimana brand terus memberi makna bagi yang dilayaninya.

Tugas kita bukan membuat brand terlihat hebat. Tugas kita membuat brand berarti—bagi pelanggan, bagi tim internal, dan bagi masa depan perusahaan.

Karena pada akhirnya, brand yang melekat adalah hasil dari komitmen yang tak berhenti bergerak.

DARI STABILITAS ke Sustainability



■ **Sigit Panilih**
Direktur Keuangan & Investasi
PT Perta Life Insurance

Dalam dunia keuangan, kita sering diajarkan bahwa stabilitas adalah tujuan. Neraca yang kuat, arus kas yang sehat, dan rasio yang mengesankan—semua adalah tanda keberhasilan. Namun bagi saya, *legacy* keuangan tidak berhenti di sana. Warisan terbaik bukan hanya yang menjaga kestabilan hari ini, tapi yang menyiapkan keberlanjutan untuk masa depan.

Sebagai pengelola keuangan dan investasi, saya percaya bahwa setiap keputusan anggaran, alokasi, hingga manuver investasi adalah bagian dari narasi yang lebih panjang—sebuah kisah tentang bagaimana perusahaan ini menjaga kepercayaan sekaligus menumbuhkan nilai.

Legacy bukan sekadar tentang angka, tetapi tentang arah dan integritas yang menyertainya.

Investasi yang visioner bukan selalu yang menjanjikan hasil tercepat, tapi yang mampu bertahan, memberi manfaat jangka panjang, dan tetap selaras dengan nilai dasar perusahaan. Maka setiap proyek yang kami dukung, setiap portofolio yang kami kelola, kami uji bukan hanya dari potensi imbal hasilnya, tapi dari kemampuannya memberi kontribusi nyata bagi keberlanjutan bisnis dan masyarakat.

Di tengah tuntutan pasar dan fluktuasi global, akuntabilitas dan transparansi menjadi fondasi. Bukan hanya sebagai kewajiban regulator, tetapi sebagai bentuk hormat pada para pemangku kepentingan. Ketika angka keuangan dibuka secara jujur, ketika risiko dikelola dengan disiplin, ketika keputusan diambil bukan untuk menyenangkan jangka pendek tapi membangun jangka panjang—di situlah reputasi dibentuk. Bukan dalam satu laporan tahunan, tapi dalam lintasan waktu yang panjang.

Itulah mengapa *good governance* tidak boleh dianggap formalitas. Ia adalah warisan tak kasat mata yang menciptakan kepercayaan pasar. Dan kepercayaan—seperti kita tahu—adalah aset yang tak bisa dibeli, tapi bisa hilang dalam sekejap.

Keuangan bukanlah departemen yang dingin dan kaku. Ia adalah mesin nilai. Dan tugas kami adalah memastikan mesin itu berjalan tidak hanya efisien, tetapi bermakna—menghasilkan bukan hanya laba, tetapi dampak. Memberi ruang untuk inovasi, membuka peluang bagi regenerasi, dan tetap setia pada prinsip kehati-hatian.

Di era ketidakpastian, stabilitas menjadi keharusan. Tapi lebih dari itu, tugas kita hari ini adalah menanamkan pola pikir keberlanjutan. *From stability to sustainability*. Dari menjaga, ke menumbuhkan. Dari menghitung, ke memperhitungkan masa depan.

Karena pada akhirnya, *legacy* keuangan yang paling berharga bukan tentang seberapa banyak yang kita simpan, tapi seberapa besar yang kita siapkan untuk masa depan.

MENJADIKAN PROSES sebagai Warisan Unggul



■ **Alfa Niasari Utami**
Direktur Operasional
PT Perta Life Insurance

Dalam setiap organisasi, ada warisan yang tak tertulis dalam pidato ataupun tertuang dalam prasasti. Ia tidak selalu dielaborasi, tapi menjadi fondasi dari reputasi yang kokoh: proses kerja. Di balik setiap layanan yang lancar, setiap kepuasan pelanggan, dan setiap keandalan sistem, berdiri proses yang rapi, disiplin, dan terus diperbaiki. Di sanalah *legacy* operasional sesungguhnya dibangun.

Sebagai orang operasional, saya memandang bahwa warisan bukan hanya soal kebijakan atau slogan perusahaan. *Legacy* justru paling nyata saat kita mampu menjaga kualitas dalam keseharian. Dalam bagaimana sistem dijalankan tanpa harus diawasi terus-menerus. Dalam bagaimana setiap lini tahu apa yang harus dilakukan—dan mengerjakannya dengan standar terbaik meski tak ada yang melihat.

Legacy operasional berarti menjadikan SOP bukan sekadar dokumen mati, tetapi instrumen hidup—yang dipahami, diterapkan, dan disempurnakan terus-menerus. Kita tidak hanya bicara soal manual kerja, tapi soal kebiasaan tim yang menjadikan kualitas sebagai naluri, bukan hanya target. Dan itu tidak bisa dibangun dalam semalam. Ia dibentuk dari disiplin, keteladanan, dan keberanian untuk menegur demi perbaikan.

Di sinilah pentingnya budaya *continuous improvement*—bukan sebagai jargon lean atau agile belaka, tapi sebagai nafas organisasi. Setiap kesalahan kecil yang diperbaiki, setiap

saran dari lini lapangan yang direspons, adalah bagian dari membangun sistem yang tahan waktu. Ini bukan tentang mencari kesempurnaan, tapi tentang tidak pernah berhenti memperbaiki diri.

Peran tim operasional, bagi saya, jauh melampaui urusan teknis. Mereka adalah penggerak nilai. Karena yang paling akhir bersentuhan dengan pelanggan, dengan produk, dan dengan realita bisnis, adalah mereka. Maka ketika kita bicara tentang *legacy*, kita bicara tentang bagaimana nilai-nilai organisasi benar-benar diwujudkan lewat tindakan nyata yang berulang setiap hari.

Warisan unggul bukan tentang nama besar yang dikenang, tapi tentang konsistensi yang terasa. Dan konsistensi itu hanya bisa lahir jika proses kerja dibangun bukan hanya untuk efisiensi, tapi juga untuk memberi makna. Ketika setiap prosedur membawa rasa tanggung jawab. Ketika setiap hasil kerja bukan hanya selesai, tapi pantas untuk dibanggakan.

Maka tugas utama kami hari ini adalah menjaga agar proses tidak sekadar berjalan, tapi berkembang. Tidak hanya untuk hari ini, tapi untuk generasi tim operasional berikutnya. Karena pada akhirnya, *legacy* operasional terbaik adalah sistem yang terus berjalan, meski yang membangunnya telah berganti.

Jejak Bersama, Tanggung Jawab Bersama

Di balik setiap pencapaian, selalu ada kerja kolektif. Di balik setiap *legacy* yang hidup, selalu ada nilai yang dijaga bersama. Sebagai jajaran direksi, kami percaya bahwa *legacy* bukanlah milik satu individu, satu fungsi, atau satu masa—tetapi milik bersama, yang dibangun oleh banyak tangan dan harus diteruskan oleh banyak generasi.

Masing-masing dari kami mungkin datang dari ruang tanggung jawab yang berbeda—strategi, pemasaran, keuangan, operasional. Namun yang kami bawa adalah semangat yang sama: menggerakkan warisan perusahaan ini agar terus memberi dampak nyata. *Legacy* bukan soal mengenang kejayaan masa lalu, tetapi tentang memastikan nilai-nilai itu tetap hidup dalam keputusan dan tindakan hari ini.

Kami menyadari bahwa yang kami bangun hari ini bukan hanya untuk menjawab kebutuhan sekarang, tetapi untuk mempersiapkan masa depan. Warisan yang sejati bukan hanya terlihat di laporan keuangan atau pengakuan eksternal, tetapi dalam cara kerja yang sehat, budaya yang kuat, dan sistem yang sanggup menumbuhkan pemimpin-pemimpin berikutnya.

Dalam kepemimpinan, warisan terbaik bukanlah rencana strategis, melainkan keteladanan.

Ketika nilai dijalankan oleh pemimpinnya, maka ia tak sekadar dihafal—ia diteladani. Ketika keputusan dibuat bukan hanya demi hasil, tetapi juga demi keutuhan prinsip, maka organisasi ini bukan hanya bergerak—ia bertumbuh dengan akar yang kuat.

Karena itu, kami ingin menutup edisi ini dengan sebuah ajakan yang sederhana namun penting: setiap insan perusahaan adalah penjaga *legacy*. Tak peduli di level mana Anda berada, kontribusi Anda adalah bagian dari warisan ini. Warisan bukanlah apa yang kita tinggalkan nanti, tetapi apa yang kita jalani sekarang.

Mari teruskan jejak ini bersama. Karena hanya dengan langkah kolektif, *legacy* yang kita bangun akan benar-benar bernyawa.

Dari kami berempat, untuk perjalanan yang tak pernah berhenti.

— Direksi



Bang Lepy

Ngomong Cerdas, Tapi Santuy.

LEGACY BUKAN UNTUK DIPAJANG



"Legacy Sejati Bukan Soal Masa Lalu, Tapi Masa Depan Yang Terus Dibentuk"

Menjalिन Strategi, Mewariskan Legacy

Di balik pertumbuhan premi yang signifikan dan strategi pemasaran yang semakin tajam, terdapat kekuatan kolaborasi tim yang tak terlihat di permukaan. Tim Pemasaran Korporasi dan Ritel PertaLife Insurance mencatatkan lompatan premi dari Rp51 miliar (2021) menjadi Rp630 miliar (2024)—bukan semata soal angka, tapi hasil dari sinergi lintas fungsi, kerja keras tim, dan adaptasi tanpa henti terhadap dinamika pasar.

“Keberhasilan bukan soal satu orang yang hebat, tapi banyak orang yang percaya dan bergerak dengan nilai yang sama,” ujar Subekti Yudianto, VP Corporate & Retail Marketing.

Transformasi digital melalui kanal MyPertaLife serta inovasi produk seperti VARI (Variable Retirement Income) menjadi bukti pendekatan strategis yang bukan hanya responsif, tapi juga antisipatif. Ketika kebutuhan pasar pensiunan mulai bergeser, tim ini hadir dengan solusi yang relevan dan berdampak. Produk yang diusulkan bukan semata menjawab kebutuhan finansial, tetapi juga memperkuat posisi PertaLife Insurance sebagai penyedia solusi masa depan.

Ketika regulasi berubah, seperti POJK No.8/2024, respons tim tidak sekadar teknis. Mereka membentuk forum lintas divisi, mengintegrasikan sudut pandang legal, teknis, dan layanan—menjadikan perubahan regulasi sebagai momentum penyempurnaan produk. Ini menegaskan bahwa daya tahan korporasi tak hanya terletak pada strategi, tetapi pada koordinasi lintas disiplin yang kuat.

Tak hanya fokus ke luar, perhatian juga diberikan ke dalam. Sepanjang 2024, pengembangan kompetensi tim menjadi prioritas melalui pelatihan dan sertifikasi profesi. Dengan pendekatan fleksibel dan dukungan penuh dari manajemen, proses ini memperkuat daya saing sekaligus menumbuhkan rasa kepemilikan terhadap misi perusahaan.

“Legacy bukan hanya hasil kerja hari ini, tapi inspirasi yang bisa diwariskan,” tambah Subekti.

Dalam menyusun strategi mencapai RKAP 2024, tim tidak hanya menyusun proyeksi dan pipeline, tapi juga aktif membuka peluang bisnis baru. Dengan membekali anggota tim menghadapi tender, bertemu calon klien, hingga memahami dinamika pasar, pendekatan ini mengubah proses penjualan menjadi pengalaman pembelajaran kolektif yang terstruktur.

Yang membedakan upaya tim ini bukan hanya pencapaiannya, tetapi juga cara mereka menginternalisasi nilai perusahaan dalam setiap proses. Komunikasi dilakukan terbuka, data dibagikan secara merata, dan setiap individu memahami perannya dalam struktur besar pencapaian bersama. Di sinilah nilai-nilai professional integrity, collective impact, dan continuous learning benar-benar hidup.

“Semua ini bisa tercapai karena arahan yang jelas dari Pak Dirut (Ludi) dan Pak Ichal (Direktur Marketing), serta komitmen tim untuk bekerja dengan disiplin tinggi, totalitas, resilience, dan fokus,” ujar Subekti.

“Kami terus mengingatkan diri bahwa kerja bagus itu bukan untuk flexing, dan kantor bukan tempat gosip—tapi ruang untuk tumbuh bersama.”

Dalam semangat ulang tahun ke-40 PertaLife Insurance, seluruh Perwira diajak menatap ke depan: meninggalkan warisan bukan berupa selebrasi, tapi sistem, budaya, dan semangat kolaboratif yang bisa diteruskan generasi berikutnya. Karena nilai warisan sejati tidak hidup dalam seremoni, tapi dalam cara kita bekerja, berinovasi, dan memberi makna pada keberadaan kita di organisasi.

“Mari kita wariskan bukan hanya pencapaian, tapi cara mencapainya—dengan integritas, kerja tim, dan visi jangka panjang.”

Mewariskan Layanan, Menumbuhkan Kepercayaan

Dari Etika Layanan ke Sistem Unggul yang Berkesinambungan

Di PertaLife Insurance, layanan bukan hanya aktivitas administratif atau jawaban cepat terhadap keluhan. Ia adalah wajah pertama dan terakhir yang dilihat nasabah, jembatan kepercayaan, sekaligus ruang di mana nilai-nilai perusahaan dihidupkan. Divisi Customer Engagement and Service (CES) memegang peran sentral dalam memastikan bahwa pelayanan tidak berhenti pada respons—melainkan bertransformasi menjadi pengalaman yang utuh, bernilai, dan berkesinambungan.

Pasca-perayaan ulang tahun ke-40 perusahaan, tantangan terbesar bukan lagi pada seremoni, tapi bagaimana mewujudkan *legacy* dalam aksi nyata. CES menjawab tantangan ini dengan membangun standar layanan berbasis sistem dan budaya kerja. Mulai dari layanan 24 jam, VIP Assistance, hingga *One Stop Service*, pendekatan CES menggabungkan kecepatan, kepekaan, dan kenyamanan dalam satu kerangka kerja terpadu.

“Setiap keluhan bukan hanya masalah yang harus diselesaikan, tapi peluang untuk membangun ulang kepercayaan,” ujar Christina Eka Kurnia, VP Customer Engagement and Service. “Layanan yang tulus tidak berhenti di meja layanan, tapi bergerak menjadi fondasi relasi jangka panjang.”

Transformasi digital menjadi babak penting dalam modernisasi CES. Pemanfaatan WhatsApp Business, Contact Center berbasis Cloud, serta sistem monitoring real time menjadi wujud transparansi dan akuntabilitas yang memungkinkan evaluasi berkelanjutan. Setiap titik kontak digital bukan hanya kanal komunikasi, tetapi juga media warisan—yang mencatat kualitas relasi hari ini untuk referensi masa depan.

Inovasi CES juga mencerminkan komitmen untuk melampaui fungsi reaktif. Program *Administrative Services Only (ASO)*, misalnya, membuka peran baru layanan sebagai pengelola strategis yang memfasilitasi efisiensi dan kendali lebih besar bagi klien. Selain itu, program *Health Engagement* seperti *Health Talk*, Mini MCU, dan *Case Monitoring* menjadi bagian dari upaya mencegah, bukan hanya menyembuhkan.

Pendekatan ini diperkuat oleh *engagement* bulanan dengan klien. Bukan sekadar membahas layanan atau klaim, tapi membangun komunikasi yang sehat, terbuka, dan berjangka panjang. Pelayanan dalam format ini menjelma menjadi ruang dialog yang mendedukasi dan memberdayakan, memperkuat hubungan di luar momen transaksi.

Warisan terbaik dari CES bukan hanya tercermin dalam jumlah kasus yang diselesaikan, melainkan dalam cara tim membangun sistem yang terus belajar dan beradaptasi. Komitmen terhadap perbaikan, keterbukaan terhadap umpan balik, serta konsistensi dalam menjaga kualitas adalah bentuk warisan bergerak—yang tak berhenti pada satu generasi tim.

Di momen reflektif ini, CES mengajak seluruh insan layanan dan Perwira PertaLife untuk menjadi pelaku aktif *legacy*. Dengan menjaga semangat kolaborasi, kepedulian nyata, dan inovasi yang berdampak, kita bersama-sama menumbuhkan kepercayaan—hari ini dan esok hari.

Respectful Workplace Policy: Budaya Hormat sebagai Legacy Hidup di PertaLife Insurance



Legacy tidak selalu hadir dalam bentuk piagam, gelar, atau gedung megah. Di PertaLife Insurance, warisan terbaik adalah budaya kerja yang sehat, aman, dan manusiawi. Sebuah budaya yang tidak membiarkan intimidasi, pelecehan, atau diskriminasi tumbuh diam-diam di lorong kantor. Di sinilah *legacy in action* diuji: apakah kita mewariskan ruang yang memberdayakan, atau membiarkan generasi berikutnya tercekik dalam budaya bungkam?

Sebagai bagian dari komitmen itu, PertaLife Insurance menggagas ruang diskusi bermakna melalui *Sharing Session Respectful Workplace Policy (RWP)* pada Kamis, 10 Juli 2025. Bertempat di Ballroom lantai 12 kantor pusat dan disiarkan secara *hybrid*, acara ini menghadirkan Rachmalia Yulianti, Sr. Analyst II Industrial Relations Policy dari PT Pertamina (Persero)—sebuah pemantik yang tidak sekadar memberi pemahaman, tetapi juga membangunkan kesadaran kolektif.

Rachmalia menjelaskan bahwa sejak 2021, Pertamina telah menerapkan RWP dengan sistem tiga lapis: Tim Pencegahan, Tim Pengaduan, dan Tim Pemulihan. Setiap laporan ditangani secara komprehensif. “Dalam praktiknya, sekitar 70 persen kasus ditindak tegas dengan pemutusan hubungan kerja atau demosi bagi pelaku,” ungkapnya. Ia juga mengingatkan, “Korban punya hak menuntut secara

pidana. Pelecehan bukan sekadar pelanggaran etik. Itu kejahatan.”

Sistem RWP di Pertamina diperkuat oleh whistleblowing system independen berskala internasional, memastikan pelapor merasa aman dan dilindungi. PertaLife Insurance tidak tinggal diam. Agenda ini menandai fase strategis dalam membangun ekosistem kerja yang menyatukan keberanian, perlindungan, dan empati dalam satu kesatuan budaya.

> Martino Faishal Saudi, Direktur Marketing PertaLife Insurance, menegaskan bahwa ruang kerja yang aman bukan sekadar tanggung jawab manajemen, tetapi aset budaya jangka panjang.

“Budaya kerja yang saling menghargai adalah fondasi keberlanjutan organisasi. Ketika setiap orang merasa aman dan dihargai, mereka akan memberikan yang terbaik bagi perusahaan dan Nasabah.”

Lebih dari itu, PertaLife Insurance menyadari bahwa membangun budaya *respectful workplace* bukan tentang retorika, melainkan sistem yang berpihak pada perlindungan hak setiap insan. Di sinilah peran Human Capital menjadi garda depan dalam mendorong tata kelola SDM yang transparan dan akuntabel.

> Manganarap Rabehka Nathalia, VP Human Capital & Business Support, menekankan bahwa RWP adalah investasi masa depan.

“Mewujudkan *respectful workplace* adalah investasi jangka panjang yang akan memperkuat budaya perusahaan sekaligus meningkatkan kesejahteraan karyawan.”

Pada saat yang sama, peran komunikasi korporat menjadi pilar strategis untuk menyampaikan bahwa keberlanjutan tidak hanya soal laporan ESG atau pertumbuhan kinerja—tetapi juga martabat manusia di dalamnya.

> Ratih Triutami Wijayanti, Department Head Corporate Communication, mengakui pentingnya menjadikan budaya inklusif sebagai bagian dari narasi besar PertaLife Insurance.

“Guarding the Future bukan hanya soal bisnis, tapi juga tentang menjaga martabat insan di dalamnya. Dengan semangat *Energizing Your Healthy Life*, kami ingin mewujudkan ruang kerja yang inklusif, adil, dan empatik—di mana setiap suara punya tempat, dan setiap orang merasa aman untuk berkembang.”

Manganarap Rabehka Nathalia menegaskan *Respectful Workplace Policy* bukan hanya kebijakan, tapi komitmen yang hidup. Komitmen yang memastikan setiap bentuk pelecehan akan ditindak, setiap suara akan didengar, dan setiap insan akan dihormati. Di PertaLife Insurance, budaya kerja yang sehat bukan tujuan akhir—tapi fondasi untuk melangkah lebih jauh, lebih kuat, dan lebih bermakna. Jangan diam. Speak up. Jadilah bagian dari warisan yang membebaskan.



JEJAK BERNILAI

Mewariskan Budaya, Membangun Masa Depan

Dalam perjalanan panjang sebuah institusi, ada momen-momen yang mengajak kita untuk berhenti sejenak—bukan untuk berdiam, tetapi untuk menengok ke belakang dan menata langkah ke depan. Perayaan adalah salah satunya. Namun, sebagaimana ditegaskan oleh Direktur Utama PertaLife, Hanindio W. Hadi:

“Perayaan sejati bukan soal mengenang, tapi memastikan bahwa yang kita wariskan tetap hidup dan relevan.”

Inilah semangat utama tema besar tahun ini: *Legacy in Action*. Bahwa warisan korporasi bukan hanya cerita lama yang dikemas ulang, tetapi energi yang terus menggerakkan perusahaan secara nyata—dalam budaya kerja, performa bisnis, dan komitmen jangka panjang terhadap keberlanjutan.

Budaya, Kinerja, dan Keberlanjutan: Pilar Warisan yang Bergerak

Bagi PertaLife, *legacy* bukan sesuatu yang abstrak. Ia menuntut keberlanjutan nilai dan tindakan di tiga pilar utama:

1. Budaya Kerja Bernilai

Budaya bukan slogan. Ia hidup dalam keputusan-keputusan harian: siapa yang direkrut, siapa yang dipromosikan, siapa yang dibiarkan bertahan. Budaya kerja adalah ekosistem bernilai yang dibangun oleh konsistensi, bukan oleh kampanye sesaat.

“Warisan terbaik dari sebuah budaya adalah saat nilai-nilainya tetap menjadi fondasi, bahkan saat orang-orangnya sudah berganti,” ujar Direktur Operasional, [Alfa Niasari Utami], menekankan pentingnya kesinambungan nilai dalam lini operasional.

2. Kinerja Berbasis Visi

Keberhasilan tidak cukup hanya dikejar dari sisi angka. Warisan sejati tercermin dari bagaimana perusahaan menjaga akuntabilitas, transparansi, dan dampak jangka panjangnya. Kinerja harus relevan dengan arah perubahan zaman—bukan sekadar memenuhi target kuartalan.

“Kami mengukur performa bukan hanya dari pencapaian keuangan hari ini, tapi dari nilai tambah yang kami tanamkan untuk masa depan,” ungkap Direktur Keuangan dan Investasi, [Sigit Panilih], yang menegaskan pentingnya keberlanjutan dalam setiap keputusan investasi.

3. Arah Keberlanjutan yang Nyata

Dalam konteks yang lebih luas, *legacy* adalah kontribusi terhadap masa depan. Baik melalui keberlanjutan lingkungan, pemberdayaan komunitas, maupun penguatan literasi keuangan. Semua itu bukan sekadar inisiatif tanggung jawab sosial, tetapi strategi yang terintegrasi dalam arah bisnis.

“Brand yang ingin dikenang harus memberi dampak, bukan hanya tampil,” tutur Direktur Pemasaran, [Martino Faishal Saudi].

“Kami mendorong pemasaran yang bernyawa—yang tidak hanya menjual produk, tapi juga membangun narasi bersama masyarakat.”

Jejak Digital: Legacy Baru di Era Baru

Di tengah disrupsi digital, bentuk *legacy* tak lagi selalu fisik. Jejak perusahaan hari ini banyak ditinggalkan di ruang digital: dari pelayanan daring, konten edukatif, hingga interaksi sosial media. Oleh karena itu, identitas digital korporat menjadi bagian penting dari warisan modern.

Inilah tantangan sekaligus peluang: bagaimana menjaga integritas digital selaras dengan nilai perusahaan. Bagaimana memastikan bahwa jejak digital hari ini akan dibaca sebagai reputasi, bukan hanya rekam jejak.

Dari Seremoni ke Sistemik: Menjadi Warisan yang Bergerak

Transformasi warisan korporasi tidak dapat ditopang hanya oleh seremoni atau narasi nostalgia. Ia harus bersandar pada sistem yang hidup—proses yang bisa diaudit, nilai yang bisa ditransmisikan, dan semangat yang bisa diwariskan ke generasi profesional berikutnya.

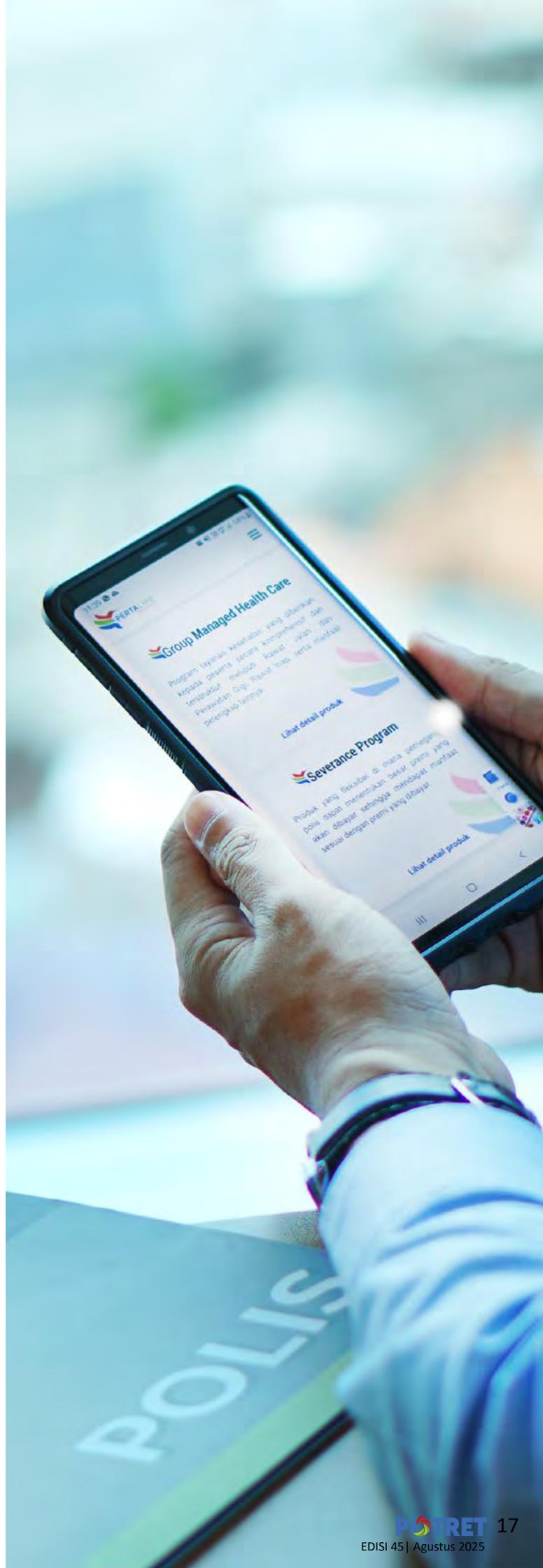
PertaLife memahami bahwa warisan bukan hanya milik para pendiri, tetapi tanggung jawab seluruh insan perusahaan hari ini. Setiap keputusan, inovasi, bahkan ketegasan dalam menjaga nilai, adalah bagian dari jejak yang kelak akan dinilai.

Penutup: Menjadi Bagian dari Cerita Besar

Dalam semangat *Legacy in Action*, suara korporasi bukan sekadar narasi institusi, tapi suara kolektif kita semua. Kita tidak hanya bekerja untuk hari ini, tapi sedang ikut menulis babak panjang perjalanan perusahaan yang akan dikenang esok.

“Jangan tunggu purnabakti untuk berpikir tentang warisan. Kita sedang menuliskannya sekarang—dalam budaya, dalam kinerja, dan dalam keputusan-keputusan kecil yang konsisten,” tegas Hanindio W. Hadi di akhir pesannya.

Maka, mari pastikan bahwa yang kita bangun hari ini bukan hanya untuk memenuhi target, tapi untuk membentuk jejak yang bermakna—bagi perusahaan, bagi sesama, dan bagi masa depan.



3 PILAR LEGACY KORPORASI PERTALIFE

Warisan yang Tidak diam, Tapi terus Menggerakkan



Budaya Kerja Bernilai

Nilai Bukan Hanya ditulis. Nilai Dijalankan.

Budaya Kerja adalah Fondasi Warisan jangka panjang

Hidup dalam Siapa yang direkrut, dipromosikan, dan diberi ruang

Mengedepankan Integritas, Kolaborasi, dan etika profesional



Kinerja Berbasis Visi

Kinerja bukan hanya Angka tapi arah dan Dampaknya.

Kinerja dinilai dari Keberlanjutan dan Akuntabilitas

Investasi Strategis = membangun nilai jangka panjang

Visi Hari ini harus tetap relevan di masa depan



Keberlanjutan yang Nyata

Legacy adalah Dampak. Bukan hanya Ingatan.

Keberlanjutan menjadi nafas dalam setiap Kebijakan

Menyentuh Masyarakat, Lingkungan, dan Digital Trust

Jejak Digital juga Bagian reputasi dan warisan baru

“Legacy bukan untuk dikenang, tapi untuk dijalankan.”
Mari jadi bagian dari warisan Korporasi yang Hidup dan Strategis

MENGHIDUPKAN *LEGACY* PRODUK: Inovasi, Adaptasi, dan Keberlanjutan Layanan Pasca-HUT

Di tengah dinamika industri asuransi jiwa yang terus bergerak—ditandai oleh regulasi yang makin ketat, ekspektasi pelanggan yang semakin spesifik, serta tuntutan akan digitalisasi—PertaLife Insurance memilih satu arah strategis: tidak sekadar mempertahankan warisan, tetapi menghidupkannya. Semangat perayaan HUT ke-40 bukan titik akhir, melainkan titik tolak untuk memastikan bahwa *legacy* produk tidak berakhir sebagai sejarah, tetapi bertransformasi menjadi masa depan yang relevan.

Langkah nyata ini terlihat dari bagaimana unit teknis, mulai dari pengembangan produk, aktuaria, underwriting, hingga digital marketing dan IT, menyatukan gerak untuk memperkuat portofolio produk secara menyeluruh. Salah satunya melalui inisiatif baru yang kini tengah difokuskan pada segmen pendidikan—sektor yang diyakini memiliki nilai strategis dalam mencetak generasi masa depan Indonesia. “Kami melihat sektor pendidikan bukan hanya sebagai pasar, tapi sebagai investasi sosial jangka panjang yang selaras dengan value perlindungan jangka panjang yang kami pegang,” ujar Endah Wasis, Department Head of Strategic & Product Development.

Pengembangan produk ini tidak berdiri sendiri. Prinsip kolaboratif menjadi ruh utama di balik proses inovasi. Dari riset awal yang dilakukan oleh tim pemasaran, berlanjut pada analisis risiko dan potensi profitabilitas oleh aktuaria, penyusunan struktur manfaat oleh tim produk, hingga uji kepatuhan regulasi dan izin dari OJK—semua bergerak dalam satu simpul strategis. Bahkan, sebelum sampai ke tangan nasabah, tim IT dan operasional turut memastikan kesiapan sistem *backend*, sementara tim CES menyiapkan dukungan layanan yang siap menjawab kebutuhan digital-first dari generasi milenial maupun pensiunan aktif.

Pentingnya kerja lintas fungsi ini ditegaskan pula oleh Joko Suwaryo, Appointed Actuary “Tanpa orkestrasi antardivisi, sulit membayangkan produk bisa berjalan secara berkelanjutan. Kami tidak hanya bicara aktuaria atau underwriting dalam ruang sempit. Kami bicara dampak luas—bagaimana produk harus layak jual, layak pakai, sekaligus layak bertahan secara finansial.”

Konsep *Legacy in Action* benar-benar diaktualisasikan lewat upaya menjaga relevansi produk unggulan. Produk-produk yang dulu menjadi andalan PertaLife Insurance tidak hanya dipertahankan, tetapi juga ditinjau ulang dan diperbarui agar tetap kompetitif di era digital. Ini termasuk menyederhanakan proses penerbitan polis, menghadirkan layanan yang fleksibel, serta membuka kanal digitalisasi untuk pemasaran produk. Salah satunya melalui pengembangan MyPertaLife yang kini sedang dalam tahap integrasi penuh dengan sistem core, memungkinkan transaksi digital polis, klaim, dan DPLK berjalan seamless—dengan validasi *real-time* dan *interface* yang intuitif.

Namun perjalanan ini tidak bebas hambatan. Tantangan terbesar justru terletak pada upaya menjaga keseimbangan antara sustainability produk dan profitabilitas bisnis. Kompetisi harga yang ketat, adaptasi terhadap PSAK 117, serta literasi keuangan masyarakat yang masih rendah terhadap asuransi, menjadi faktor-faktor yang menuntut kecermatan dalam desain produk. Fokus perusahaan pun bergeser dari mengejar volume penjualan ke arah *profit-oriented marketing*, yang menekankan pada keberlanjutan portofolio dan kualitas akuisisi.

Di sisi lain, pendekatan ke segmen nasabah baru—khususnya generasi muda dan pekerja BUMN—juga memerlukan adaptasi. Produk-produk kini diarahkan untuk lebih *user-centric*, dengan desain manfaat yang lebih sederhana, digital-ready, dan memiliki nilai tambah yang mudah dipahami. “Kami sedang menyiapkan beberapa lini produk dengan kanal distribusi digital. Karena itu, kami juga sudah mengajukan izin digital selling ke OJK sebagai bentuk keseriusan dalam menjawab perubahan perilaku pasar,” ungkap tim pemasaran digital.

Pasca-HUT, peluncuran dan *overview* MyPertaLife bukan akhir dari inovasi, tetapi awal dari proses integrasi lintas sistem dan lintas produk. Targetnya jelas: menciptakan pengalaman nasabah yang utuh, mulus, dan personal. Ketika seorang peserta membuka MyPertaLife, mereka tak sekadar melihat data statis, melainkan mendapatkan informasi lengkap tentang manfaat polis, status klaim, hingga perencanaan pensiun—semua dalam satu platform.

Di tengah semua itu, kesadaran kolektif untuk menjadi duta produk internal juga terus digaungkan. *Product knowledge* menjadi bekal wajib, terutama bagi unit kerja yang berhubungan langsung dengan pelanggan maupun mitra dalam ekosistem Pertamina Group. Pemahaman menyeluruh tentang proses bisnis asuransi, perkembangan industri, hingga pemetaan kebutuhan nasabah menjadi dasar untuk menyampaikan solusi, bukan sekadar menawarkan produk.

Karena pada akhirnya, *legacy* bukan hanya tentang apa yang diwariskan. Tapi tentang bagaimana kita merawatnya, menyesuaikannya dengan zaman, dan menjadikannya sumber nilai yang terus menghidupi langkah perusahaan ke depan. Dalam dunia asuransi yang penuh tantangan dan perubahan, keberanian untuk menghidupkan warisan menjadi aksi nyata—itulah yang membedakan PertaLife Insurance.

TRANSFORMASI DIGITAL BERKELANJUTAN: Dari Platform ke Performa Nyata

Di era digital, inovasi bukan lagi soal siapa yang tercepat, tetapi siapa yang paling konsisten menjalankan perubahan. Di PertaLife Insurance, transformasi digital tidak hanya menjadi slogan perayaan HUT ke-40—tetapi telah menjelma menjadi aksi nyata yang mengubah cara kerja, memperkuat sistem, dan menyatukan kolaborasi lintas fungsi. Di sinilah warisan digital yang dibangun, bukan hanya diteruskan, tetapi dihidupkan.

Peluncuran MyPertaLife menjadi tonggak penting dalam peta transformasi tersebut. Namun, seperti diakui oleh VP IT & Digitalization, Jhoniansyah Pura, peluncuran hanyalah awal dari perjalanan panjang digitalisasi yang sesungguhnya. “Transformasi bukan proyek satu kali jadi. Ini proses berkelanjutan. Tantangannya bukan hanya di sistem, tapi di pola pikir, di adaptasi kerja harian,” tegasnya. Bersama tim, ia memastikan setiap fitur, proses, dan konektivitas yang dibangun di MyPertaLife mampu menjawab kebutuhan operasional saat ini dan berkembang seiring visi masa depan perusahaan.

Usai perayaan HUT, perhatian bergeser ke tahap yang lebih kritis: implementasi dan adopsi. Tim IT menjalankan serangkaian langkah konkret—memantau performa sistem, memperbaiki infrastruktur, serta memastikan keamanan data dengan audit berkala. Tak kalah penting, mereka aktif menanggapi masukan dari pengguna untuk mengembangkan sistem yang benar-benar responsif terhadap kebutuhan riil, termasuk tantangan teknis untuk produk-produk kumpulan yang belum sepenuhnya terakomodasi dalam sistem sebelumnya.

Salah satu turning point penting adalah munculnya masukan dari unit bisnis terkait efisiensi biaya dan perlunya sistem core yang lebih fleksibel dan aman. “Kami menangkap aspirasi itu sebagai sinyal penting bahwa sistem digital bukan sekadar *IT-driven*, tapi harus *business-oriented*,” ujar Jhoniansyah. Atas dasar itu, inisiatif pembangunan *Core System* baru pun dimulai, dengan pendekatan yang lebih integratif dan kolaboratif antara tim teknis dan pengguna.

Semangat *Legacy in Action* terasa nyata dalam prinsip kerja yang diusung: *Care, Commit, dan Agile*. Teknologi dibangun bukan untuk menggantikan manusia, melainkan untuk memperkuat hubungan antar-manusia, menyederhanakan proses, dan membuka ruang inovasi. Dalam konteks ini, peran teknologi bukanlah alat pasif, tetapi katalis budaya kerja baru yang lebih terbuka, terhubung, dan tanggap terhadap perubahan.

“Setiap proses digitalisasi adalah tentang kepercayaan—antara pengguna, data, dan sistem. Maka kami memastikan setiap lini terlibat, bukan hanya dari sisi pelatihan teknis, tapi juga dalam proses mendesain ulang sistem agar lebih inklusif dan relevan,” tambah M. Toufan Hippy, IT Operation yang juga menjadi jembatan antara tim teknis dan unit kerja pengguna.

Namun, perjalanan ini bukan tanpa tantangan. Resistensi terhadap kebiasaan lama, gap literasi digital, hingga persepsi bahwa teknologi hanya milik sebagian divisi masih menjadi pekerjaan rumah bersama. Untuk itu, pendekatan persuasif berbasis edukasi terus digalakkan, dengan pelatihan rutin, forum diskusi, dan pendekatan kolaboratif yang melibatkan peran aktif dari user champion di setiap unit kerja.

Semester II tahun 2025 menjadi panggung akselerasi. Dua milestone besar siap diluncurkan: *Go Live Core System* dan implementasi IFRS 17. Keduanya tak hanya akan memperkuat sistem operasional dan akuntansi PertaLife, tapi juga menegaskan bahwa digitalisasi adalah strategi bisnis jangka panjang, bukan sekadar respons sesaat terhadap tren teknologi.

Melalui sinergi lintas fungsi, transformasi digital di PertaLife Insurance mulai menemukan bentuknya: bukan

lagi sekadar platform, tapi performa. Bukan hanya aplikasi, tapi adaptasi. Bukan proyek, melainkan budaya. Dan seperti pesan yang digaungkan oleh tim IT: “Teknologi bukan sesuatu yang harus ditakuti. Mari kita hadapi, pelajari, dan manfaatkan bersama. Karena dalam setiap klik dan fitur, ada potensi untuk menciptakan perubahan nyata.”



Merancang Masa Depan, Menjalankan Warisan

Kita sering bicara soal warisan besar untuk orang lain. Tapi bagaimana dengan warisan untuk diri sendiri? Pensiun bukan akhir, melainkan wujud tanggung jawab atas hidup yang tetap harus berjalan bermartabat setelah karier usai. Di situlah perencanaan menjadi tindakan nyata—sebuah *legacy in action* yang tak bisa ditunda.

DPLK PertaLife tidak lagi berdiri sebagai pengelola pasif dana pensiun. Di tengah perubahan ekspektasi dan dinamika gaya hidup finansial, DPLK berevolusi menjadi mitra strategis dalam membangun kesiapan masa depan. Perannya kini mencakup literasi finansial, pendampingan, dan penguatan kesadaran individu akan pentingnya investasi jangka panjang yang dimulai dari sekarang. Setiap rupiah yang disisihkan bukanlah beban, melainkan bentuk cinta pada diri sendiri di masa depan.

Bagi DPLK, semangat *Legacy in Action* berarti menjaga dan menghidupkan kembali nilai-nilai warisan melalui langkah konkret dan inovasi yang relevan dengan kebutuhan zaman. Warisan tidak berhenti pada nostalgia; ia harus bernapas dalam bentuk layanan yang bermakna, menjawab kebutuhan lintas generasi dari senior hingga milenial. Di atas fondasi pengalaman puluhan tahun, DPLK terus membangun jembatan ke masa depan, menciptakan makna baru dari tradisi yang telah teruji.

Relevansi menjadi kunci dalam menghadapi generasi baru pekerja yang menuntut kecepatan, transparansi, dan personalisasi. Menjawab tantangan ini, DPLK mengembangkan aplikasi SiPerdana yang memungkinkan peserta menghitung estimasi manfaat pensiun secara mandiri sesuai kebutuhan dan kemampuan masing-masing. Di saat yang sama, pendekatan komunikasi juga diperbarui—lebih ringan, kontekstual, dan dekat dengan keseharian peserta, menjadikan perencanaan pensiun sebagai bagian dari gaya hidup yang sehat dan terencana.

“Transformasi digital bukan semata tentang aplikasi, tapi tentang cara baru kami membangun kepercayaan dan kedekatan dengan peserta. Ini adalah bagian dari evolusi pelayanan yang lebih manusiawi dan kontekstual,” ujar Pengurus DPLK PertaLife.

Tidak berhenti pada digitalisasi, DPLK juga tengah mengajukan manfaat tambahan berupa Santunan Kesehatan Pensiunan kepada regulator. Ini mencerminkan komitmen untuk memperluas manfaat, menyesuaikan diri dengan tantangan baru, dan menghadirkan perlindungan yang semakin komprehensif bagi peserta. Warisan tak cukup hanya dijaga; ia perlu ditumbuhkan agar relevan dan berdampak dalam lanskap yang terus berubah.

Dalam pengelolaan investasi, DPLK tetap berpegang pada prinsip kehati-hatian dan strategi ALMA—mencocokkan aset dengan kewajiban jangka panjang. Namun, strategi ini tidak bersifat statis. DPLK menerapkan pendekatan adaptif untuk menangkap peluang imbal hasil kompetitif tanpa mengabaikan kendali risiko. Dengan demikian, keseimbangan antara keberlanjutan dan pertumbuhan menjadi pijakan utama dalam menjaga kepercayaan peserta.

Pentingnya membangun budaya finansial yang proaktif menjadi bagian dari narasi *Legacy in Action*. Perusahaan yang bertanggung jawab tidak hanya mempersiapkan performa hari ini, tetapi juga memastikan kesejahteraan insan-insannya di masa mendatang. Perspektif terhadap pensiun pun harus bergeser. Ini bukan lagi tentang “berapa yang akan saya dapat nanti”, tetapi tentang “apa yang saya lakukan hari ini agar tetap bermartabat tanpa bergantung pada orang lain”.

“Kami ingin mematahkan persepsi bahwa pensiun itu urusan nanti. Pensiun adalah cerita hari ini—tentang keberanian memilih masa depan dengan sadar,” tegas Pengurus Divisi DPLK.

Literasi finansial menjadi alat penting untuk menjangkau generasi milenial dan generasi sandwich yang menghadapi tantangan finansial unik. Melalui edukasi kepada pelajar, pekerja informal, UMKM, dan komunitas ibu rumah tangga, DPLK menyampaikan pesan bahwa merencanakan masa depan adalah bentuk tanggung jawab, bukan sekadar aktivitas keuangan. Pendekatan komunikatif yang digunakan bersifat kontekstual dan empatik, memperkuat keterlibatan sejak dini dalam perencanaan pensiun.

Peran DPLK juga tidak terlepas dari ekosistem kesejahteraan di Pertamina Group. Dengan mengintegrasikan program pensiun ke dalam sistem penggajian dan tunjangan di berbagai entitas, serta menjalin kolaborasi erat dengan tim human capital dan keuangan, DPLK berperan strategis dalam membentuk loyalitas karyawan jangka panjang. Program pensiun kini menjadi bagian dari strategi keberlanjutan sumber daya manusia, bukan sekadar pelengkap administrasi.

Merancang masa depan bukan tugas yang bisa ditunda. Waktu adalah aset yang tidak bisa dibeli kembali. Semakin awal seseorang memulai, semakin ringan perjalanannya. Bagi yang sudah aktif, konsistensi adalah pilar utama. Bagi yang belum memulai, saat terbaik adalah hari ini. Menyisihkan dana pensiun adalah bentuk tanggung jawab terhadap keluarga, martabat pribadi, dan ketenangan hidup kelak.

Dalam semangat *Legacy in Action*, DPLK PertaLife mengajak seluruh insan PertaLife—tanpa terkecuali—untuk menjadikan kesadaran finansial jangka panjang sebagai bagian dari narasi kolektif. Ini bukan hanya tentang masa tua, tetapi tentang memberi teladan, menjaga martabat, dan menyampaikan pesan berharga kepada generasi berikutnya. Perencanaan pensiun adalah ekspresi nyata bahwa hidup layak terus diperjuangkan, bahkan setelah pekerjaan selesai.

Warisan terbaik bukan hanya yang kita tinggalkan dalam bentuk aset atau nama. Warisan sejati adalah ketika kita membantu diri sendiri dan orang-orang tercinta untuk hidup dengan kesiapan, kemandirian, dan rasa aman. Karena pada akhirnya, karier boleh selesai, tapi hidup harus terus berjalan—dan kita berhak menjalaninya dengan tenang.

EMPAT DEKADE PERTALIFE INSURANCE: Dari Angka ke Arah, dari Kota ke Desa



Memasuki usia ke-40, PertaLife Insurance menegaskan diri sebagai institusi yang tak hanya bertumbuh dari sisi finansial, tetapi juga bergerak menuju keberlanjutan yang inklusif. Dalam perayaan bertema “Celebrating 40 Years of Life Balance & Purpose”, semangat muda, kinerja solid, dan arah strategis berpadu.

Tahun 2024 menjadi tonggak kinerja tertinggi: laba bersih menembus Rp97,18 miliar, saldo laba positif Rp97,24 miliar, dan rasio RBC mencapai 359,66%. Namun, seperti disampaikan Direktur Utama Hanindio W. Hadi, “Angka hanyalah permukaan. Fondasi utamanya adalah budaya kerja yang sehat dan kolaboratif.”

Visi pertumbuhan PertaLife Insurance kini diperluas hingga ke akar rumput. Dalam sambutannya, Wakil Menteri Koperasi dan UKM, Ferry Juliantono, menegaskan peran penting PertaLife Insurance dalam mendukung program Koperasi Desa Merah Putih. “Kami ingin PertaLife Insurance hadir bukan hanya untuk kota, tapi juga untuk desa.”





Lebih dari sekadar merayakan, PertaLife Insurance meluncurkan PLife Shield, PLife Dana Maxima, dan memperkenalkan layanan digital MyPertaLife. Rangkaian kegiatan internal seperti Eco Brick Challenge dan Runway Rumble memperkuat budaya kolektif yang kreatif dan peduli lingkungan.

Amitya B. Koesnowadi, Kepala Divisi Corporate Secretary, menyimpulkan esensi perjalanan ini: "Reputasi dibangun bukan hanya dari angka, tapi dari empati dan keberanian menjangkau yang tak terjangkau. Kami ingin memberi makna, bukan hanya hasil."

Di usia empat dekade, PertaLife Insurance menunjukkan bahwa keberlanjutan bukan tujuan akhir—melainkan arah yang terus diperjuangkan. Dari pusat kota hingga pelosok desa, dari laporan keuangan hingga ruang harapan, perjalanan ini baru dimulai.

Energizing Your Healthy Life with Purpose.

GO!!!

PertaLife Insurance Hadir di Upstream Run 2025: Menyapa Langkah Sehat dengan Proteksi Nyata

Dalam semarak Upstream Run 2025 yang digelar oleh Pertamina Hulu Energi, Sabtu (6/7) di kawasan Eastvara BSD, PertaLife Insurance hadir bukan sekadar mendukung olahraga, tapi juga membangun kesadaran akan pentingnya perlindungan jiwa dan literasi keuangan.

Mengusung semangat *Energizing Your Healthy Life*, PertaLife Insurance memberikan proteksi asuransi jiwa bagi peserta rute 6K, 10K, dan 18K, sekaligus menghadirkan booth interaktif yang ramai disambangi pengunjung. Mulai dari kuis keuangan, tantangan ringan berhadiah, hingga juice sehat gratis—semua jadi pengingat bahwa hidup sehat juga perlu disiapkan secara finansial.

“Olahraga penting, tapi ketahanan finansial juga esensial,” ujar Ratih Triutami Wijayanti, Head of Corporate Communication PertaLife. Sinergi dan literasi menjadi napas baru dalam semangat hidup sehat yang utuh dan berkelanjutan



PertaLife Insurance Sabet Penghargaan Best Subsidiary 2025: Bukti Nyata Transformasi dan Keberlanjutan



Di tengah ketatnya kompetisi industri asuransi jiwa nasional, nama PT Perta Life Insurance (PertaLife Insurance) kembali menorehkan tinta emas. Pada ajang *SOE Subsidiaries Awards 2025* yang digelar oleh The Iconomics Media dan Axia Research, perusahaan ini dinobatkan sebagai **“Best Subsidiary – Life Insurance Category”**. Sebuah pengakuan yang bukan hanya tentang performa keuangan, tetapi juga tentang komitmen jangka panjang pada tata kelola, inovasi, dan keberlanjutan. Penghargaan ini diumumkan dalam rangkaian *BUMN Brand Equity Forum 2025*, yang turut menghadirkan pemangku kepentingan dari kementerian, lembaga keuangan, hingga pemerintah daerah. PertaLife Insurance tampil sebagai wajah BUMN yang sedang berubah: lebih dinamis, lebih adaptif, dan tetap relevan di tengah turbulensi industri.

“Penghargaan ini kami persembahkan untuk seluruh Perwira PertaLife yang menjadi garda transformasi sejak 2019. Di usia ke-40, kami tidak hanya tumbuh dalam angka, tapi juga dalam makna,” ujar Direktur PertaLife Insurance, Sigit Panilih, penuh keyakinan. Ia juga menyampaikan apresiasi kepada The Iconomics atas kepercayaan yang diberikan, serta seluruh pemangku kepentingan yang menjadi bagian dari perjalanan perusahaan.

Penilaian penghargaan ini tidak dilakukan secara sembarangan. Melalui kombinasi riset media, analisis sentimen, dan pemetaan brand equity, PertaLife terbukti konsisten menghadirkan transformasi nyata—baik dari sisi produk, layanan digital, maupun pendekatan komunikasi publik. “PertaLife Insurance adalah contoh bagaimana anak usaha BUMN bisa bersaing di industri yang kompetitif dan tetap punya dampak nyata,” jelas Bram S. Putro, Founder & CEO The Iconomics. Menurutnya, perusahaan ini menunjukkan kematangan dalam membangun narasi publik yang kuat, inovasi produk yang adaptif, serta tata kelola yang sehat dan berkelanjutan.



Dalam lanskap industri yang makin cair dan digital, peran komunikasi menjadi kunci. Amitya B. Koesnowadi, Kepala Divisi Corporate Secretary melihat penghargaan ini sebagai validasi dari arah baru yang tengah dibangun. “Kami ingin brand PertaLife bukan hanya dikenal, tapi dipercaya. Komunikasi yang berlandaskan nilai dan keberlanjutan adalah fondasi kami dalam membangun kepercayaan itu,” ujarnya. Sejalan dengan itu, PertaLife terus memperkuat komitmen terhadap lingkungan kerja yang inklusif dan sehat. Sebelumnya, perusahaan juga menggelar sesi sosialisasi *Respectful Workplace Policy (RWP)* yang menghadirkan narasumber dari Pertamina (Persero). RWP merupakan kebijakan grup yang melindungi pekerja dari pelecehan, diskriminasi, dan kekerasan berbasis gender.

Menurut Survei BPS 2023, satu dari empat pekerja Indonesia pernah mengalami kekerasan atau intimidasi di tempat kerja. Dengan kebijakan yang berpihak pada keberagaman dan empati, PertaLife Insurance menyatakan dirinya bukan sekadar perusahaan asuransi, tetapi juga ruang kerja yang memberi perlindungan—di dalam dan di luar. Penghargaan membuktikan bahwa transformasi yang dimulai sejak lima tahun lalu, kini berbuah nyata. Di balik deretan angka kinerja dan laporan tahunan, PertaLife tengah membangun sesuatu yang lebih penting—*purpose*. Dan mungkin, justru itu yang menjadikannya berbeda.



GESPER KETAT BATCH II: PertaLife Insurance Tak Lagi Sekadar Lindungi, Tapi Juga Menggerakkan

Di tengah hiruk-pikuk industri asuransi yang kian kompetitif, PT Perta Life Insurance (PertaLife Insurance) memilih langkah yang tak biasa. Alih-alih hanya berkutat pada polis dan premi, PertaLife Insurance justru kembali menegaskan jati dirinya lewat peluncuran GESPER KETAT (Gerakan Sehat PertaLife Keren & Tepat) Batch II.

Bukan sekadar jargon motivasional, program internal ini menjelma sebagai komitmen serius dalam menciptakan budaya hidup sehat dan lingkungan kerja yang positif. “Kami percaya, SDM yang sehat adalah investasi jangka panjang. Di usia ke-40 ini, kami ingin memastikan bahwa perhatian terhadap kesehatan bukan cuma retorik, tapi sistematis,” ujar Martino Faishal Saudi, Direktur PertaLife Insurance, dalam peluncuran yang digelar di Jakarta.

Inisiatif yang digagas oleh Divisi *Customer Engagement & Service* ini melibatkan 15 peserta dari berbagai jenjang, mulai dari VP hingga staf. Tak ada sekat pangkat, yang ada hanyalah semangat:

bergerak bersama, sehat bersama. Para peserta akan mengikuti rangkaian aktivitas fisik yang dikawal lewat aplikasi *Strava*, tantangan mingguan yang memicu kedisiplinan, hingga sesi edukatif bertajuk *NGBAKAR—Ngobrol Bareng Pakar*.

Salah satu sesi yang paling menyita perhatian adalah talkshow bersama **dr. Nita M. Gizi, Sp.GK** dari RS Mitra Keluarga Pamulang dengan tema provokatif: *“Diet Sehat Tanpa Obat”*. Di tengah gaya hidup urban yang kerap instan dan serba cepat, obrolan ini menjadi penyeimbang penting—peringat bahwa kesehatan tak bisa dibeli, tapi bisa diupayakan. Dian Tambayong, salah satu peserta program, menyampaikan antusiasmenya dengan tulus. “Program ini bikin saya termotivasi untuk sehat, bukan cuma buat diri sendiri, tapi juga buat keluarga dan tim kerja. Semangat 40 tahun PertaLife bikin saya ingin terus berkembang, bukan cuma secara profesional, tapi juga fisik dan mental.”





Dengan tema besar *“Energizing Your Healthy Life”* yang digaungkan dalam perayaan HUT ke-40, PertaLife tak hanya menargetkan keseimbangan finansial bagi nasabahnya, tapi juga keseimbangan hidup bagi Perwira PertaLife.

“GESPER KETAT ini bukan sekadar program olahraga. Ini adalah cara kami memperkuat identitas sebagai perusahaan yang *human-centered*,” diakui **Ratih Triutami Wijayanti**, Head of Corporate Communication PertaLife Insurance. “Kami ingin dikenal bukan hanya sebagai pelindung, tapi juga sebagai pemberdaya.”

Dalam lanskap korporasi yang makin menuntut efisiensi, PertaLife memilih jalur berbeda: menanam investasi jangka panjang pada manusia. Lewat program seperti GESPER KETAT, perusahaan ini membuktikan bahwa keberlanjutan tak hanya tentang angka dan laporan tahunan, tetapi juga tentang detak jantung yang lebih teratur, langkah yang lebih ringan, dan mental yang lebih sehat.

Di balik gaya hidup sehat, terselip pesan strategis: bahwa perusahaan yang kuat adalah perusahaan yang peduli, dimulai dari dalam. Dan di sanalah PertaLife melangkah, dengan napas panjang dan visi yang tak main-main.

LEADERSHIP TALKS PERTALIFE INSURANCE: Menakar Ulang Kepemimpinan Lewat Lensa Tata Kelola



Di tengah tantangan industri keuangan yang semakin kompleks dan sarat regulasi, PT Perta Life Insurance (PertaLife Insurance) mengambil langkah strategis: memperkuat jantung tata kelola lewat forum *Leadership Talks*. Perusahaan menyelenggarakan sesi diskusi yang mempertemukan jajaran Dewan Komisaris, Direksi, dan manajemen kunci, dengan sorotan utama pada peran strategis dan akuntabilitas pimpinan perusahaan pada 23 Juli 2025 di Ballroom PertaLife Insurance.

Hadir sebagai narasumber utama, **Mei Sugiharso**, anggota Komite Audit PertaLife Insurance, mengangkat isu krusial seputar pembagian peran Dewan Komisaris dan Direksi dalam lanskap tata kelola modern. Bukan sekadar pemaparan teknis, forum ini menjelma sebagai ruang reflektif: sejauh mana pemimpin memahami batas dan kedalaman tanggung jawabnya? *"Sering kali konflik dan kerancuan lahir dari ketidaktegasan peran. Padahal, prinsip-prinsip seperti Business Judgement Rule*

dan pencatatan jejak pendapat dalam forum rapat adalah pagar awal bagi sebuah organisasi untuk tidak tergelincir dalam lubang risiko," ujar Mei dalam paparannya.

Gagasan ini disambut antusias oleh para peserta, termasuk **Adelia Rizki Ananda**, Perwira dari Department Manajemen Risiko. "Sesi ini membuka cakrawala baru. Saya jadi paham bahwa pengambilan keputusan bukan hanya soal intuisi bisnis, tapi juga harus dibalut pertimbangan hukum dan prinsip tata kelola," katanya.

Di tengah diskusi, Direktur PertaLife Insurance, **Alfa Niasari Utami**, menyampaikan pokok sikap yang menjadi benang merah sesi tersebut. "Kami ingin tata kelola menjadi budaya, bukan sekadar prosedur. *Leadership Talks* ini penting untuk memastikan bahwa Komisaris dan Direksi punya bahasa yang sama: berorientasi pada keberlanjutan, berbasis integritas," tuturnya. Dalam dunia korporasi yang



kerap didorong oleh target finansial, pernyataan ini menjadi penanda arah. Bagi PertaLife Insurance, tata kelola bukan hanya dokumen yang dibubuhi tanda tangan, melainkan kompas etis yang harus hidup dalam setiap keputusan strategis.

Di tengah arus dinamika industri yang bergerak cepat, forum semacam ini menjadi oase. Bukan saja karena membekali pemimpin dengan alat ukur baru dalam memutuskan, tapi juga karena menghidupkan kembali diskursus penting tentang tanggung jawab—bukan hanya kepada pemegang saham, tapi juga kepada publik, hukum, dan masa depan institusi itu sendiri.

TEKANKAN PENTINGNYA SUSTAINABILITY DALAM KEPEMIMPINAN, PertaLife Insurance Gelar Leadership Talks.

Jakarta – Di tengah perkembangan bisnis yang terus bergerak dan dipenuhi ketidakpastian, PertaLife Insurance kembali mengukuhkan komitmennya terhadap kepemimpinan berkelanjutan lewat forum *Leadership Talks* edisi ke-16. Bertempat di Ballroom PertaLife, Lantai 12, Rabu (24/7), forum ini mengangkat tema yang relevan dengan yaitu: “*Leading with Purpose: Sustainability as a Core Leadership Value*”.

Menghadirkan Arya Dwi Paramita, Corporate Secretary PT Pertamina (Persero), forum ini tak sekadar menjadi panggung diskusi, tapi juga ruang dialektika tentang makna kepemimpinan masa kini—yang tak lagi hanya mengejar angka, tapi juga jejak dampak jangka panjang. “*Kita perlu menjadi pemimpin yang punya arah dan nilai. Integrasi keberlanjutan ke dalam setiap keputusan bukan hanya idealisme, tapi kebutuhan korporasi modern,*” ujar Alfa Niasari Utami, Direktur PertaLife Insurance, dalam sambutannya. Ia menekankan bahwa dalam dunia yang kian terdigitalisasi, prinsip-prinsip keberlanjutan seperti ESG (Environmental, Social, Governance) bukan pelengkap, melainkan fondasi.





Sementara itu, Arya menegaskan bahwa keberlanjutan telah menjadi *license to operate* bagi perusahaan di era transisi energi dan krisis iklim. *“Sustainability bukan pilihan. Ini adalah keharusan strategis. Kepemimpinan tanpa kesadaran sosial dan lingkungan hanya akan menjadi beban dalam jangka panjang,”* katanya. Lebih jauh, Arya menggarisbawahi pentingnya kolaborasi di dalam ekosistem Pertamina Group, termasuk peran aktif anak usaha seperti PertaLife Insurance dalam mendorong nilai-nilai keberlanjutan lintas fungsi dan level.

Dalam forum yang dihadiri oleh jajaran direksi dan perwira perusahaan itu, Hanindio W. Hadi Direktur Utama PertaLife Insurance, turut menegaskan misi di balik digelarnya sesi ini. *“Kami ingin membangun literasi keberlanjutan dari dalam. Karena budaya kerja yang sadar ESG adalah bentuk kesiapan menghadapi tantangan reputasi dan persaingan ke depan,”* tuturnya.

Leadership Talks bukan sekadar program rutin. Ia kini menjelma menjadi barometer bagaimana PertaLife menyiapkan barisan pemimpinnya menghadapi era pasca-normal—di mana kepemimpinan tidak hanya dinilai dari laba, tetapi juga dari kontribusi terhadap bumi, manusia, dan masa depan.

Melalui sesi ini, PertaLife Insurance memberi sinyal kuat: bahwa menjadi pemimpin hari ini tak cukup hanya mampu membuat keputusan. Ia harus tahu *mengapa* keputusan itu diambil, dan *untuk siapa* dampaknya dirancang. Visi ini, dengan segala kerendahan hati, dibungkus dalam satu kata yang kini jadi kata kunci bisnis modern: keberlanjutan.



BERIKAN LITERASI KEUANGAN DAN SINERGI KEBERLANJUTAN, PertaLife Insurance Dukung Pertamina Supplier Relationship Management (SRM) Summit 2025



Jakarta - PertaLife Insurance turut berpartisipasi dalam Pertamina SRM Summit 2025 sebagai bentuk komitmen sinergi antar entitas Pertamina Group dalam mendorong penguatan tata kelola pengadaan yang berkelanjutan. Dalam kesempatan ini, PertaLife Insurance hadir secara strategis melalui booth interaktif yang menyajikan literasi keuangan seputar asuransi jiwa, kesehatan, dan Dana Pensiun Lembaga Keuangan (DPLK) kepada peserta, mitra kerja, dan vendor Pertamina.

Kegiatan yang terselenggara pada 24 Juli 2025 di Grha Pertamina ini mengusung tema *“Strengthening Collaboration and Trust through Connectivity, Sustainability, and Digitalization”* dan menjadi ajang strategis untuk mempererat hubungan antara Pertamina dan para mitra kerja. PertaLife Insurance menghadirkan booth yang menjadi sarana penyampaian informasi mengenai produk-produk unggulan PertaLife Insurance sekaligus menekankan manfaat dan keunggulan perlindungan finansial jangka panjang.





Selain dihadiri oleh peserta, mitra kerja, dan vendor Pertamina, kegiatan ini juga turut dihadiri oleh Direktur Utama PT Pertamina (Persero), Simon Aloysius Mantiri, Direktur Penunjang Bisnis PT Pertamina (Persero), Erry M. Sugiharto, serta jajaran manajemen dari SubHolding dan Anak Perusahaan Pertamina. Direktur Utama PertaLife Insurance, Hanindio W. Hadi, menyampaikan bahwa partisipasi ini merupakan wujud nyata sinergi One Pertamina dalam mengakselerasi pencapaian target keberlanjutan perusahaan. “Kami percaya bahwa keberlanjutan tidak hanya menyangkut aspek lingkungan dan sosial, tetapi juga mencakup perlindungan finansial jangka panjang bagi pekerja dan mitra. Melalui literasi keuangan dan edukasi produk perlindungan, kami berharap dapat mendukung ekosistem keberlanjutan yang dicanangkan oleh Pertamina,” ujarnya.

Dilengkapi dengan gimmick menarik dan games interaktif, booth PertaLife Insurance menjadi sarana edukasi yang menyenangkan sekaligus efektif dalam membangun engagement. Pengunjung juga dapat berkonsultasi langsung dengan tim profesional PertaLife yang siap memberikan penjelasan terkait produk dan solusi perlindungan keuangan. Keikutsertaan PertaLife Insurance dalam Pertamina SRM Summit 2025 diharapkan menjadi kontribusi nyata dalam mendorong transformasi pengadaan yang tidak hanya efektif dan efisien, tetapi juga berlandaskan nilai keberlanjutan, kolaborasi, dan



MYPERTALIFE: LEGACY YANG HIDUP, KOLABORASI YANG BERGERAK



■ Banjar Nainggolan

Transformasi digital bukan hasil kerja satu tangan, melainkan buah kolaborasi lintas fungsi yang berpikir jauh ke depan. MyPertaLife menjadi simbol dari warisan digital yang hidup—lahir dari sinergi, dibangun oleh semangat bersama, dan diarahkan untuk masa depan PertaLife yang lebih adaptif dan relevan.

Platform ini berakar dari kebutuhan menyatukan berbagai kanal layanan digital—MyPertaLife, PertaLife Care, dan lainnya—ke dalam satu super app yang terintegrasi. Gagasan tersebut bermula dari arahan Direktur Pemasaran, Pak Martino Faishal Saudi (Pak Ichal), bersama VP IT, Pak Jhoniensyah Pura. Visi besarnya: menciptakan layanan yang bukan hanya efisien, tapi juga personal, praktis, dan penuh makna.

Sebagai *Project Owner*, Banjar Nainggolan mencatat tantangan awal tidak hanya bersifat teknis, seperti integrasi sistem silo, tetapi juga transformasional—yakni mengubah cara pandang organisasi terhadap inovasi. Namun, lewat maraton *workshop*, kerja larut malam, dan validasi simulasi internal, semangat kolaboratif terbukti jadi bahan bakar utama proyek ini.

PascaHUTke-40, MyPertaLife mulai diimplementasikan secara internal dengan fitur-fitur seperti *e-catalogue*, *dashboard* individu, digital purchasing, dan simulasi klaim. Meski publikasi penuh masih menunggu perizinan dari OJK dan Kominfo, kesiapan dari sisi *compliance* dan keamanan terus diperkuat sebagai fondasi perluasan ke depan.

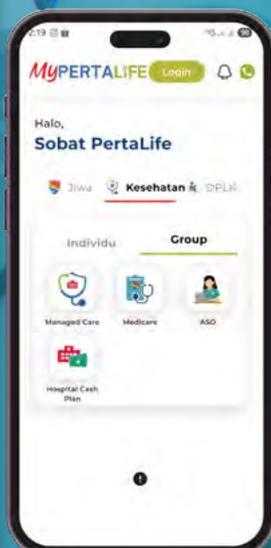




Lebih dari sekadar aplikasi, MyPertaLife mencerminkan cara baru dalam melayani: berbasis data, terfokus pada pengalaman pengguna, dan terbuka terhadap perubahan. Ini adalah refleksi nyata dari *legacy in action*—bukan hanya warisan teknologi, tetapi juga budaya kerja yang *agile* dan berorientasi masa depan.

Keberhasilan proyek ini tidak lepas dari kontribusi berbagai unit: legal, marketing, operasional, hingga dukungan teknis dari Enterprise IT Pertamina (Persero). Kolaborasi lintas fungsi bukan hanya mendukung, tapi menentukan arah dan kekuatan MyPertaLife sebagai platform digital yang siap berkembang secara berkelanjutan.

“*Legacy* bukan soal sistem yang kita wariskan, tapi mindset yang kita bangun bersama,” ujar Banjar. Ia mengajak seluruh insan PertaLife untuk terus bergerak dalam semangat kolaboratif dan inovatif—karena transformasi yang bermakna hanya bisa dicapai jika kita berjalan bersama, bukan sendiri-sendiri.



Galeri Foto



Galeri Foto



LEBIH DARI SEKEDAR MOMEN: JADIKAN HIDUP SEHAT LEGASI DIRI

Euforia perayaan boleh reda. Tapi tubuh kita? Masih butuh perhatian.

Begitu semua balon dan backdrop HUT diturunkan, satu pertanyaan muncul di sela-sela rutinitas: Apakah semangat sehat kemarin masih ikut pulang, atau tinggal jadi kenangan di IG Story?

Gaya hidup sehat bukan panggung sesaat. Ia bukan sekedar tampil fit di perayaan perusahaan, tapi tentang warisan yang kita bentuk—bagi diri sendiri, keluarga, dan masa depan. Karena sehat bukan pencitraan; ia adalah komitmen jangka panjang.

Kenyataannya, tak sedikit dari kita kembali larut dalam kesibukan, lupa bahwa tubuh pun butuh ritme yang stabil. Padahal, justru setelah momen besar, tubuh perlu pemulihan: tidur cukup, asupan air kembali normal, dan pola makan diperbaiki.

Langkah kecil lebih penting daripada niat besar yang tak pernah dijalankan. Bangun pagi dan minum air putih. Lakukan peregangan sebelum rapat pertama. Pilih buah sebagai snack, bukan gorengan nostalgia. Mungkin terdengar sederhana, tapi di situlah kekuatan kebiasaan dibentuk: bukan dari spektakuler, tapi dari yang konsisten.

Lebih dari itu, kesehatan mental pun jangan ditinggal. Di tengah tekanan kerja, ciptakan jeda. Cukup 5 menit napas dalam dan *self-check* bisa jadi “refresh button” yang ampuh. Stres memang bagian dari hidup, tapi bukan berarti harus jadi pengendali hidup.

Catat suasana hati. Lihat pola makan. Kenali kapan tubuh mulai memberi sinyal “ayo istirahat”. Jangan tunggu jatuh, baru peduli.

Terakhir, pikirkan ini: warisan macam apa yang ingin kita tinggalkan? Jabatan bisa tergantikan. Tapi gaya hidup sehat yang kita bangun hari ini bisa jadi inspirasi bagi anak, pasangan, atau rekan kerja. Sehat adalah bentuk kepemimpinan paling sunyi—tapi berdampak panjang.

TIPS SEHAT: DARI MIKRO-HABIT KE LEGACY HIDUP

Mengapa Gaya Hidup Sehat Sering Tak Konsisten?

Karena tanpa goal dan kebiasaan yang terstruktur, niat sehat mudah kalah oleh kesibukan dan rasa malas. Butuh disiplin dan ketekunan, bukan hanya semangat musiman.

Tips Praktis Bagi yang Super Sibuk:

- Luangkan 30 menit untuk bergerak setiap hari (jalan pagi, jogging, atau treadmill).
- Gabung komunitas olahraga yang menyenangkan.
- Gunakan smartwatch atau aplikasi olahraga sebagai reminder.
- Ubah aktivitas harian jadi momen aktif (contoh: jalan kaki saat ke kantin).

Bangun Micro-Habits Sehat:

- Ganti minuman manis dengan air putih.
- Peregangan ringan 5 menit di sela kerja.
- Tidur cukup (ideal 8 jam), jangan begadang.

Bahaya Jika Terus Menunda Merawat Diri:

- Tulang keropos, otot lemah, mudah sakit di usia tua.
- Lebih rentan stres dan *burnout*.
- Kehilangan momen-momen berharga karena tubuh tidak mendukung.

Menjaga Kesehatan Fisik dan Mental Bagi Pekerja Kantor:

- Selipkan stretching ringan setiap 2 jam duduk.
- Meditasi atau latihan napas dalam.
- Pola makan sehat + istirahat cukup = kombinasi ampuh lawan tekanan kerja.

Contoh Ritual Sehat Harian yang Mudah:

- Berjalan kaki dari stasiun/halte ke kantor.
- Sarapan sehat & snack buah.
- Kurangi gorengan dan makanan berat bersantan.
- Gunakan aplikasi seperti Strava untuk memantau aktivitas.

Kenapa Gaya Hidup Sehat Penting untuk *Legacy*?

- Karena kesehatan adalah pondasi bagi karir, keluarga, dan hidup bermakna.
- Menjadi teladan bagi generasi selanjutnya.
- Menjamin kualitas hidup saat memasuki usia pensiun.

Pesan Akhir:

“Jangan tunggu motivasi. Mulailah dari kebiasaan. Karena tubuh kita tidak butuh alasan—ia butuh aksi.”



Trend Olahraga Tenis, Menjadi Olahraga & Gaya Hidup Baru Perwira PertaLife



Di tengah rutinitas pekerjaan, Perwira PertaLife selalu menyempatkan untuk berolahraga dalam menggapai *work life balance*. Setiap pekan, raket-raket diayun, bola mengudara, dan derai tawa menyatu dengan semangat. Bukan sekadar olahraga, tenis kini menjelma menjadi bagian dari gaya hidup sehat dan budaya kerja di tubuh PertaLife Insurance.

Fenomena ini bukan tanpa alasan, di tengah tren global soal pentingnya keseimbangan antara kesehatan fisik dan mental di dunia kerja, tenis

hadir sebagai solusi yang tepat. “Kita melihat bahwa tenis bukan hanya olahraga yang menyehatkan, tapi juga mampu membangun koneksi antar-Perwira lintas divisi. Ada sinergi yang tumbuh dari setiap pukulan dan pertandingan persahabatan,” ujar Nadi Akbar sebagai salah satu Perwira PertaLife.

Rutin digelar di salah satu lapangan tenis kawasan Jakarta Pusat, kegiatan ini tak hanya menarik pemula, tetapi juga menghidupkan semangat kompetitif sehat. Mereka datang bukan untuk menang, tetapi untuk berkeringat, melepaskan stres, dan mempererat komunikasi informal. Olahraga seperti tenis sangat efektif dalam menjaga stamina, fokus, sekaligus memperkuat bonding antar tim.

Tagline *Energizing Your Healthy Life* menjadi bukti nyata dalam perubahan budaya yang mengedepankan gaya hidup sehat. Tidak sekadar mengikuti arus, para Perwira PertaLife juga memaknainya lebih dalam sebagai ruang untuk memperkuat ketahanan fisik sekaligus membangun disiplin dan ketenangan dalam berpikir.

Dalam lanskap bisnis modern, perusahaan dituntut untuk tidak hanya fokus pada kinerja, tetapi juga menciptakan ekosistem kerja yang manusiawi. Melalui olahraga tenis yang kini mulai menjadi gaya hidup kolektif, PertaLife Insurance mengirim pesan jelas bahwa keseimbangan antara kesehatan dan kerja bukan sekadar jargon, tapi aksi nyata di tengah lapangan.

Geopolitik Panas, Bos OJK Ingatkan Ini ke Para Petinggi Asuransi RI

Jakarta, CNBC Indonesia - Kondisi memanasnya geopolitik global memiliki pengaruh terhadap kinerja perasuransian. hal ini diungkapkan oleh Kepala Eksekutif Pengawas Perasuransian, Penjaminan dan Dana pensiun OJK Ogi Prastomiyono.

Dalam jawaban tertulis konferensi pers Rapat Dewan Komisioner Juni, Ogi mengatakan bahwa kondisi konflik yang mengemuka di dunia baik geopolitik, politik, dan dagang dapat mempengaruhi kinerja perasuransian di Indonesia.

<https://www.cnbcindonesia.com/market/20250721110232-17-650803/geopolitik-panas-bos-ojk-ingatkan-ini-ke-para-petinggi-asuransi-ri>

Bloomberg Technoz

Pencarian



Market

Teknologi

Global

Nasional

Finansial

Gaya Hidup

Energi

Sektor Rill

Green

Lainnya

Indonesia Re Konsolidasi Reasuransi BUMN, Begini Progresnya

Bloomberg Technoz, Jakarta - Direktur Utama PT Reasuransi Indonesia Utama (Persero) atau Indonesia Re, Benny Waworuntu Tbk mengungkapkan konsolidasi perusahaan reasuransi di lingkungan BUMN masih dalam tahap diskusi internal dan belum mencapai keputusan final.

Hal ini sekaligus menjawab persoalan rencana integrasi perusahaan reasuransi pelat merah yang ditargetkan rampung pada 2028.

<https://www.bloombergtechnoz.com/detail-news/77993/indonesia-re-konsolidasi-reasuransi-bumn-begini-progresnya>



OJK Pelototi 6 Perusahaan Asuransi-9 Dana Pensiun, Ada Masalah Apa?

Jakarta, CNN Indonesia -- Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat enam perusahaan asuransi dan reasuransi berada dalam pengawasan khusus akibat keuangan yang bermasalah.

Kepala Eksekutif Pengawas Perasuransian, Penjaminan, dan Dana Pensiun OJK Ogi Prastomiyono mengatakan pengawasan khusus dilakukan agar perusahaan memperbaiki kondisi keuangannya untuk kepentingan pengembangan polis.

<https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20250708123305-78-1248188/ojk-pelototi-6-perusahaan-asuransi-9-dana-pensiun-ada-masalah-apa>



Industri Asuransi Dituntut Tumbuh Dan Kembangkan Kepercayaan Publik

JAKARTA (Waspada): Ketua Umum Dewan Asuransi Indonesia (DAI) Julius Bhayangkara mengatakan, industri asuransi dituntut tumbuh dan mengembangkan tingkat kepercayaan publik (masyarakat), terutama di kota-kota kecil di daerah. Hal ini perlu dilakukan untuk meningkatkan minat publik berasuransi yang saat ini masih relatif rendah.

“Terlebih lagi bagi perusahaan asuransi yang sudah menjadi market leader, tingkat kepercayaan publik harus di jaga betul. Ini penting agar nasabah mempercayai asuransinya untuk waktu yang lama,” kata Julius dalam ajang Insurance Market Leaders Award 2025 di Jakarta, Rabu (16/7/2025)

<https://www.waspada.id/ekonomi/industri-asuransi-dituntut-tumbuh-dan-kembangkan-kepercayaan-publik/>