

# POTRET

PERTALIFE E-MAGAZINE

EDISI 44 | Juli 2025

Terbit Setiap Bulan



*Energizing  
Your Healthy Life*

**HUT  
PERTALIFE  
INSURANCE**

*“Beyond Resilience:  
Energizing Your Healthy Life  
with Purpose”*

# Daftar Isi

04	BOD Message	24	Pojok IT	45	Tips Kesehatan
06	Topik Utama	25	Info DPLK	47	Rekomendasi
17	Transformasi Budaya	28	Berita Pilihan	50	Berita Terkini
19	Suara Korporat	40	Profil		
22	Pojok Asuransi	42	Galeri Foto		

## 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

Salam hangat,

Empat puluh tahun bukan sekadar angka. Ia adalah penanda perjalanan, tempat di mana jejak masa lalu bertemu arah masa depan. Sejak berdiri sebagai PT Asuransi Jiwa Tugu Mandiri pada 28 Juni 1985, hingga kini bertransformasi menjadi PertaLife Insurance, satu hal tetap terjaga: komitmen untuk memberi makna dalam hidup setiap Perwira PertaLife.

Tahun ini, kita merayakan HUT ke-40 dengan tema *Celebrating 40 Years of Life Balance and Purpose*. Sebuah ajakan untuk tidak hanya mengenang, tapi juga merenung dan melangkah lebih kuat. Lewat tagline *Energizing Your Healthy Life*, kita menegaskan bahwa hidup sehat bukan tujuan akhir, melainkan proses yang digerakkan oleh semangat dan makna.

Edisi ini mengusung tema *Beyond Resilience: Energizing Your Healthy Life with Purpose*. Sebuah refleksi bahwa setelah bertahan, kini saatnya bergerak lebih sadar. Sehat secara fisik, mental, dan sosial, sambil tetap terhubung dengan tujuan yang lebih besar.

Peringatan ini adalah momen untuk memperkuat kebanggaan sebagai Perwira PertaLife, menumbuhkan semangat kolaborasi, dan menyampaikan komitmen kami kepada seluruh pemangku kepentingan.

Karena usia boleh bertambah, tapi energi untuk memberi manfaat harus terus menyala.

Salam,

Redaksi POTRET

# “Menjadi Perwira yang Siap Memimpin, Bukan Sekadar Menjalankan”



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

Empat puluh tahun bukan angka kecil. Bagi PertaLife Insurance, ini bukan hanya soal bertahan di tengah dinamika industri yang berubah cepat, tapi tentang bagaimana kami terus menegakkan standar-standar yang tidak bisa ditawar. Saya ingin menegaskan: kita tidak sekadar berjalan sampai ke titik ini, kita menjaga nilai dalam setiap langkah.

Dan sekarang, tantangannya bukan lagi soal bertahan. Tantangannya adalah bagaimana kita memimpin.

Kepemimpinan yang saya maksud bukan monopoli jabatan struktural. Ini tentang sikap. Tentang menjadi Perwira PertaLife yang bukan hanya menjalankan tugas, tapi berani mengambil tanggung jawab penuh. Yang tidak menunggu perintah untuk bergerak, dan yang memilih bekerja sama tanpa batas, lintas unit, tanpa sekat ego sektoral.

Kita hidup di era di mana organisasi dituntut lincah, peka, dan responsif. Tidak ada ruang bagi mode kerja autopilot. Maka, saya mengajak seluruh Perwira PertaLife untuk menghidupkan kembali *sense of ownership* dalam setiap lini. Lihat meja kerja Anda—di sanalah titik awal perubahan dimulai. Setiap laporan, setiap keputusan, dan setiap interaksi dengan nasabah adalah bagian dari reputasi dan masa depan perusahaan ini.

Sering kali kita berpikir bahwa yang menentukan arah adalah strategi besar dari atas. Itu keliru. Strategi bisa digagas oleh segelintir, tapi eksekusi hanya berhasil jika dihidupkan oleh banyak orang—oleh kita semua. Jadi, mari kita ubah perspektif: Anda tidak hanya menjalankan peran Anda. Anda memimpin peran Anda.



Saya percaya kolaborasi lintas fungsi adalah tulang punggung kecepatan dan presisi. Di PertaLife Insurance, kita harus semakin terbuka untuk bekerja tanpa silo. Dari teknik ke layanan, dari SDM ke operasional, dari klaim ke teknologi—kita harus satu irama. Inilah diferensiasi PertaLife Insurance ke depan: organisasi yang gesit karena seluruh elemennya menyatu dalam semangat kolaborasi.

Mari kita bertanya pada diri sendiri:

Apakah saya sudah cukup proaktif? Apakah saya sudah cukup peduli untuk memperbaiki hal kecil sebelum menjadi masalah besar? Apakah saya sudah cukup berani mengambil tanggung jawab, bahkan saat tidak ada yang meminta?

Karena pada akhirnya, yang membentuk organisasi besar bukan hanya keputusan strategis, tapi konsistensi eksekusi dari orang-orang yang mau melangkah lebih dulu. Yang tidak puas hanya karena target tercapai, tapi ingin hasilnya bermakna.

Saya tidak ingin PertaLife Insurance hanya dikenang sebagai institusi yang bertahan selama 40 tahun. Saya ingin kita dikenang sebagai institusi yang berani memimpin perubahan—bukan karena kita diminta, tapi karena kita memilih untuk menjadi bagian dari solusi.

Perwira PertaLife, ini bukan sekadar perayaan ulang tahun. Ini adalah titik tolak menuju fase baru. Mari kita jalani dengan satu semangat: bukan hanya bekerja, tapi bekerja dengan tujuan. Bukan hanya menjalankan, tapi memimpin dari peran kita masing-masing.



**E**mpat dekade yang lalu, sebuah langkah kecil diambil—didorong oleh niat sederhana namun kuat: menghadirkan perlindungan bagi mereka yang membutuhkan kepastian di tengah ketidakpastian. Dari sana, satu per satu babak perjalanan ditulis. Tak selalu mulus, kadang tertatih, tapi selalu ada tekad untuk bangkit, belajar, dan melangkah lagi. Dari masa ke masa, PertaLife Insurance terus menempa dirinya—bukan hanya untuk bertahan, tetapi untuk tetap relevan, tangguh, dan bermakna.

Kini, di usia ke-40, kita sampai pada sebuah simpul waktu yang mengajak kita untuk merenung dan memilih arah. Ketangguhan bukan lagi tujuan akhir ia adalah fondasi. Di atasnya, kita ingin membangun sesuatu yang lebih hidup: gaya hidup sehat, berdaya, dan sadar tujuan. Tema besar tahun ini, *“Beyond Resilience: Energizing Your Healthy Life with Purpose,”* adalah ajakan terbuka bagi kita semua untuk bergerak lebih dinamis, menghidupkan kembali semangat, dan menanamkan makna pada setiap langkah yang kita tempuh—baik sebagai perusahaan, tim, maupun pribadi.

Edisi khusus ini merangkum pandangan para nakhoda utama PertaLife Insurance—Direktur Utama, Direktur Keuangan dan Investasi, Direktur Pemasaran, dan Direktur Operasional—tentang bagaimana kita membaca zaman, mengelola kekuatan, dan menyusun strategi untuk menjadi mitra hidup yang lebih dari sekadar pelindung. Mereka berbagi arah, nilai, dan visi yang ingin ditransformasikan menjadi pengalaman nyata bagi masyarakat. Karena bagi kami, melampaui ketangguhan berarti menghadirkan dampak yang sehat, utuh, dan penuh tujuan.

# MELAMPAUI KETANGGUHAN Menyalakan Tujuan



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

**E**mpat dekade adalah tonggak penting dalam perjalanan sebuah institusi. Bagi kita di PertaLife Insurance, 40 tahun bukan hanya angka usia tetapi sebuah cerita panjang tentang ketekunan, konsistensi, dan keberanian untuk terus hadir di tengah pusaran zaman. Kita bukan hanya saksi atas perubahan lanskap industri asuransi jiwa; kita adalah bagian dari mereka yang turut menggerakkannya.

Ketangguhan *resilience* telah menjadi DNA kita. Tapi kita tahu, *resilience* sejati bukan dibentuk dalam kenyamanan. Ia lahir dalam badai: ketika krisis ekonomi menekan, ketika regulasi berganti arah, ketika teknologi mengacak ulang peta industri, dan ketika nasabah berubah begitu cepat dalam cara berpikir dan bertindak.

Namun hari ini, kita berdiri bukan hanya untuk mengingat ketangguhan, tapi untuk melampauinya. Tema tahun ini, “*Beyond Resilience: Energizing Your Healthy Life with Purpose*,” bukanlah sekadar semboyan seremonial. Ia adalah arah kompas. Sebuah deklarasi niat kolektif kita untuk menyalakan energi baru dan melangkah lebih jauh, dengan tujuan yang lebih tajam dan lebih berdampak.

Kita sadar bahwa di tengah perubahan yang semakin cepat dan kompleks, bertahan saja tidak cukup. Kita harus relevan. Dan relevansi hanya akan hadir ketika kita tahu mengapa kita ada, siapa yang kita layani, dan dampak apa yang ingin kita hasilkan. Itulah makna dari *purpose* bukan retorika, tapi orientasi strategis.

Bagi PertaLife Insurance, *purpose* berarti menjadi mitra hidup yang bukan sekadar memberi proteksi, tetapi juga menghidupkan inspirasi. Kita ingin membantu masyarakat Indonesia untuk hidup sehat secara utuh: sehat secara jasmani, mental, sosial, dan finansial. Perlindungan jiwa tetap menjadi fondasi, tapi nilai tambah kita adalah kualitas hidup yang menyeluruh.

Kita buktikan komitmen ini dengan langkah-langkah nyata. Kita memperkuat infrastruktur digital agar pelayanan semakin cepat dan presisi. Kita sederhanakan proses klaim. Kita memanfaatkan kekuatan data untuk memahami lebih baik, dan merancang solusi yang makin personal. Karena hari ini, kecepatan dan konektivitas adalah bagian dari perlindungan.

Dari sisi produk, kita terus berinovasi melampaui tradisi. Kita tidak hanya menjual polis, tetapi menciptakan platform gaya hidup sehat. Ada insentif untuk aktivitas fisik, ada modul literasi keuangan yang membentuk perilaku, dan ada layanan *wellness* yang mendampingi nasabah secara holistik. Inilah ekosistem yang kita bangun—bukan transaksi, tapi hubungan jangka panjang yang bermakna.

Transformasi ini tentu harus dimulai dari dalam. *Purpose* tak akan hidup jika tidak dihidupi oleh orang-orangnya. Budaya kerja PertaLife Insurance harus menjadi cerminan dari semangat itu. Kita ingin setiap Perwira tidak hanya bekerja karena tugas, tapi karena niat. Niat untuk melayani, belajar, bertumbuh, dan menciptakan perubahan positif.

Maka kita dorong budaya kepemimpinan kolaboratif. Di PertaLife Insurance, setiap Perwira PertaLife adalah pemimpin. Bukan berdasarkan jabatan, tapi berdasarkan kontribusi. Keputusan-keputusan penting kita ambil dengan nilai sebagai jangkar: integritas, empati, inovasi, dan keberlanjutan. Ini bukan hanya etos kerja—ini karakter institusi.

Kita juga memahami bahwa masa depan adalah tentang keberlanjutan. Maka *purpose* kita juga meluas ke tanggung jawab sosial dan lingkungan. Kita ingin menjadi organisasi yang tumbuh dengan kesadaran, menjaga planet ini, memperkuat masyarakat, dan menegakkan tata kelola yang sehat. Kita ingin dikenal bukan hanya karena profitabilitas, tapi karena kontribusi.

Tidak ada *purpose* yang bisa berdiri sendiri. Maka kita buka tangan selebar-lebarnya untuk kolaborasi. Kita membangun kemitraan dengan sektor kesehatan, teknologi, regulator, dan komunitas. Kita ingin menjadi *enabler* penghubung solusi yang berdampak luas, tidak hanya provider polis.

Yang paling penting, kita terus menumbuhkan kedekatan emosional dengan nasabah. Kita hadir bukan hanya untuk menjawab pertanyaan, tapi untuk mendengarkan. Kita tidak ingin sekadar dipercaya secara fungsional, tapi dicintai secara emosional. Karena di situlah misi kita mendapat bentuknya yang paling nyata.

Empat dekade pertama adalah fase bertumbuh dan bertahan. Empat dekade ke depan adalah waktu untuk mencipta dan memimpin. Maka kita tidak boleh hanya menoleh ke belakang dengan rasa syukur, tapi harus memandang ke depan dengan keberanian dan kejelasan arah. Kita harus menjadi lebih dari institusi—kita harus menjadi gerakan hidup sehat yang penuh makna.

Kami seluruh BOD dan Komisaris mengajak seluruh Perwira PertaLife untuk menyalakan kembali niat, memperkuat makna dalam kerja, dan melangkah dengan komitmen baru. Jangan hanya bertahan beri makna. Jangan sekadar bekerja bangun dampak. Karena ketika *resilience* dan *purpose* berjalan beriringan, kita tidak hanya tangguh, kita menjadi berarti.

# MENAUTKAN NILAI, MENGUATKAN PILIHAN: Pemasaran di Era Gaya Hidup Sehat dan Literasi Proteksi



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

**D**i tengah arus perubahan yang begitu cepat, kita dihadapkan pada satu kenyataan baru: pemasaran bukan lagi sekadar aktivitas mengenalkan produk, melainkan tentang membangun hubungan yang bermakna. Di PertaLife Insurance, kita tengah bertransformasi dari pendekatan yang bersifat transaksional menuju pendekatan yang transformatif. Kita tak hanya ingin dikenal, tapi dipercaya. Kita tidak cukup hanya menjangkau, kita ingin memaknai. Dan di tengah perubahan ini, dua hal menjadi fondasi arah gerak kita: gaya hidup sehat dan literasi proteksi.

Secara strategis, kita melihat perubahan perilaku masyarakat yang makin sadar akan pentingnya kesehatan menyeluruh jasmani, mental, sosial, hingga finansial. Masyarakat kini tidak hanya memilih produk karena harga atau fitur, tapi karena nilai yang ditawarkan. Di sinilah PertaLife Insurance hadir bukan sebagai penjual polis, tetapi sebagai mitra hidup sehat yang melindungi dan menginspirasi.

Namun satu tantangan besar masih membayangi: kesadaran belum tentu diiringi pemahaman. Banyak orang berupaya hidup sehat, namun belum memahami pentingnya perlindungan. Inilah ruang kontribusi kita. Sebagai insan pemasaran dan komunikator merek, kita punya tanggung jawab untuk menjembatani keduanya bahwa gaya hidup sehat dan proteksi adalah satu paket tak terpisahkan.

Tema besar kita tahun ini, *Beyond Resilience: Energizing Your Healthy Life with Purpose*, menjadi konteks ideal untuk membingkai pesan pemasaran yang lebih bernyawa. Kita ingin menegaskan bahwa proteksi adalah bentuk paling konkret dari kepedulian. Dan melalui pendekatan pemasaran yang lebih inklusif dan emosional, kita bisa membuat literasi proteksi menjadi lebih membumi dan dekat dengan keseharian masyarakat.

Itulah sebabnya strategi komunikasi kita tidak lagi bertumpu pada bahasa teknis dan narasi produk semata. Kita memilih bahasa kehidupan. Kita bicara tentang kekhawatiran orang tua, mimpi generasi muda, dan harapan mereka yang sedang membangun masa depan. Kita masuk lewat cerita, bukan ceramah. Lewat dialog, bukan diktat. Karena hanya dengan pendekatan yang humanis, kepercayaan bisa tumbuh.

Dari sisi fungsional, kita terus memperkuat kanal-kanal interaksi dengan nasabah. Platform digital yang mudah digunakan, proses yang cepat dan transparan, serta fitur-fitur yang mendorong keterlibatan nasabah adalah bagian dari upaya kita untuk mengubah pengalaman berasuransi menjadi sesuatu yang menyenangkan dan bermakna. Proteksi bukan lagi beban, tapi bentuk kendali atas hidup.

Kita juga aktif membangun literasi proteksi berbasis komunitas. Tidak hanya melalui kampanye besar, tetapi lewat keterlibatan mikro di sekolah, kampus, ruang digital, hingga kegiatan publik. Karena membangun pemahaman butuh sentuhan yang konsisten dan dekat. Di sinilah kekuatan kita sebagai insan pemasaran menyampaikan sesuatu yang kompleks dengan cara yang sederhana namun menyentuh.

Kita memahami bahwa di era *purpose marketing*, masyarakat menilai bukan hanya dari apa yang kita jual, tetapi dari kontribusi apa yang kita berikan. Maka setiap pesan yang kita bawa harus punya muatan nilai. Tidak hanya menjawab kebutuhan, tapi juga mengajak untuk berpikir tentang tujuan. Karena saat tujuan PertaLife Insurance sejalan dengan tujuan nasabah, di situlah loyalitas dibangun.

Tentu saja, semua ini tidak bisa kita jalankan sendirian. Fungsi pemasaran bukan menara gading yang bekerja sendiri. Kita bergerak bersama teknologi, produk, layanan, SDM, hingga jaringan distribusi. Inilah pentingnya kolaborasi lintas fungsi: agar setiap inisiatif tidak hanya kreatif, tapi juga terarah dan konsisten dengan misi besar perusahaan.

Kita pun terus belajar dan menyesuaikan strategi berbasis data dan *insight*. Kita tidak menebak, kita mendengar. Kita tidak menysar, kita memahami. Dengan pendekatan yang berbasis perilaku dan segmentasi psikografis, kita bisa menyampaikan pesan yang lebih personal, relevan, dan berdampak. Dan dari sinilah hubungan jangka panjang dimulai.

Pemasaran di PertaLife Insurance adalah jembatan antara *purpose* perusahaan dan kehidupan nyata masyarakat. Kita bukan hanya berbicara tentang manfaat polis, tapi tentang keinginan manusia untuk hidup lebih sehat, lebih siap, dan lebih bermakna. Kita ingin menjadi bagian dari keputusan-keputusan hidup yang penuh pertimbangan, bukan sekadar pembelian sesaat.

Empat dekade perjalanan PertaLife Insurance telah menempa kita menjadi perusahaan yang tahan banting. Tapi kini, kita ingin lebih dari sekadar bertahan. Kita ingin menjadi relevan. Dan di sinilah peran kita sebagai tim pemasaran: menghidupkan semangat itu dalam setiap interaksi, dalam setiap kampanye, dalam setiap ajakan yang kita sampaikan kepada masyarakat.

Kepada seluruh Perwira PertaLife yang saya banggakan mari kita hidupkan kembali semangat menjadi pemasar yang bukan hanya menjual, tapi menginspirasi. Mari kita bangun pasar bukan dengan tekanan, tapi dengan pengertian. Karena ketika kita menghubungkan gaya hidup sehat, literasi proteksi, dan niat baik dalam satu kesatuan pesan, maka kita tidak hanya menciptakan permintaan kita menciptakan dampak.

# MERANCANG MASA DEPAN, MEMAKNAI HARI INI: Peran Perencanaan Keuangan yang Transformasional



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

**D**i dunia yang serba cepat dan tak pasti ini, satu pertanyaan menjadi semakin relevan: Apakah kita benar-benar merancang masa depan, atau sekadar bertahan dalam hari ini? Sebagai insan pemasaran di sektor asuransi dan dana pensiun, kita berada di posisi strategis untuk menjawab pertanyaan ini bukan dengan teori, tetapi dengan solusi yang nyata dan berdampak.

Perencanaan keuangan bukan sekadar tentang menabung atau mengelola investasi. Ia adalah proses menyusun arah hidup yang penuh makna. Di balik setiap angka dan skema proteksi, ada harapan seorang ibu, ada mimpi seorang anak muda, dan ada ketenangan seorang pensiunan. Maka ketika kita bicara tentang perencanaan keuangan, kita sedang bicara tentang masa depan yang dipilih, bukan masa depan yang dibiarkan mengalir.

Secara tematik, peran perencanaan keuangan semakin relevan dengan semangat besar kita tahun ini: *Beyond Resilience: Energizing Your Healthy Life with Purpose*. Karena hidup sehat bukan hanya soal kebugaran fisik, tetapi juga ketenangan finansial. Kita tidak bisa benar-benar hidup sehat jika pikiran selalu dibayangi risiko ekonomi yang tidak terkelola. Inilah titik temu antara proteksi dan purpose.

PertaLife Insurance hadir sebagai mitra dalam perjalanan hidup finansial yang lebih terarah. Kita membantu individu dan keluarga mengelola risiko, menyiapkan masa depan, dan menjaga kualitas hidup yang konsisten dari waktu ke waktu. Produk asuransi jiwa dan dana pensiun kita bukan sekadar instrumen keuangan, tapi jaring pengaman yang memungkinkan orang berani bermimpi dan melangkah.

Dari perspektif pemasaran, peran kita bukan hanya menawarkan produk, tapi membuka kesadaran. Kita mengajak orang untuk berhenti sejenak, merefleksikan arah hidup, dan menyusun strategi keuangan yang selaras dengan nilai dan tujuan pribadi. Kita hadir bukan dengan narasi menakutkan, tetapi dengan pesan pemberdayaan: bahwa masa depan bisa dikelola, jika direncanakan.

Secara fungsional, kita memperkuat ekosistem pemasaran yang edukatif dan partisipatif. Konten literasi keuangan, simulasi rencana pensiun, dan pendekatan konsultatif kini menjadi bagian dari cara kita berinteraksi dengan nasabah. Ini bukan hanya tentang menjelaskan produk, tapi tentang memberdayakan mereka mengambil keputusan terbaik untuk hidup mereka sendiri.

Kita juga mengembangkan fitur-fitur digital yang mendukung perencanaan keuangan personal. Dengan teknologi, kita bantu nasabah menghitung kebutuhan proteksi, merancang skenario pensiun, dan menyesuaikan strategi mereka seiring perubahan hidup. Kita ingin menjadikan perencanaan keuangan bukan beban teknis, tetapi proses yang ringan dan memotivasi.

Lebih dari itu, kita memperlakukan perencanaan keuangan sebagai bentuk cinta. Ya, cinta. Karena ketika seseorang merencanakan masa depan, sesungguhnya ia sedang menunjukkan cinta pada dirinya sendiri, pada keluarganya, dan pada hidup yang ingin ia bentuk. Dan di sinilah PertaLife Insurance hadir sebagai sahabat yang tidak menghakimi, tapi menguatkan.

Kita percaya bahwa masa depan yang bermakna dimulai dari pilihan sadar hari ini. Karena itu, seluruh strategi pemasaran kita dibingkai dengan pendekatan yang membangun: membangun kesadaran, membangun kepercayaan, dan membangun kebiasaan keuangan yang bijak. Kita menanamkan bahwa perencanaan bukan hanya untuk yang “berlebih”, tapi untuk siapa saja yang peduli akan hidup yang lebih baik.

Kepada para Perwira PertaLife, saya menegaskan: peran kita bukan sekadar menjual produk, tapi memfasilitasi perubahan hidup. Setiap percakapan dengan calon nasabah adalah peluang untuk menyalakan harapan. Setiap ilustrasi manfaat adalah pintu menuju keputusan yang lebih bermakna. Dan setiap keberhasilan nasabah mencapai tujuannya adalah validasi atas kerja kita.

Mari kita teguhkan semangat ini. Mari kita bangun kesadaran bahwa perencanaan keuangan bukan hal mewah, melainkan kebutuhan esensial. Kita tidak sedang menjual polis kita sedang membantu orang merancang masa depan. Dan dalam peran itu, kita punya peluang untuk meninggalkan jejak yang dalam, bukan hanya di angka penjualan, tetapi di perjalanan hidup manusia.

Maka kita, seluruh insan pemasaran PertaLife Insurance, mengajak para Perwira PertaLife untuk terus menjadi pelita dalam dunia yang sering gelap arah. Ajak orang-orang untuk merencanakan, bukan menunda. Untuk peduli, bukan abai. Karena ketika kita menyalakan harapan lewat perencanaan keuangan, kita tidak hanya membentuk masa depan mereka kita turut memberi makna pada masa depan bangsa

# MENGHIDUPKAN TUJUAN, MENGGERAKKAN ARAH BARU

## Refleksi Operasional Di Usia Ke-40 Pertalife Insurance

**E**mpat dekade bukan sekadar hitungan tahun, melainkan jejak perjalanan institusi yang telah membuktikan ketangguhannya dalam melayani dan melindungi. Di usia ke-40 PertaLife Insurance, momentum ini tak hanya mengundang refleksi, tetapi juga mendorong pembaruan arah. Direktur Operasional yang baru, Alfa Niasari Utami atau Nia, tak datang membawa narasi nostalgia, melainkan energi untuk menyambung ketangguhan dengan *purpose* yang lebih tajam.

PertaLife Insurance menegaskan bahwa ketangguhan bukanlah akhir, melainkan titik awal menuju organisasi yang lebih bermakna. Nia menyebutkan, "Purpose itu tumbuh dari dalam dari cara kita bekerja, melayani, dan mengambil keputusan setiap hari, dengan hati yang sadar bahwa apa yang kita lakukan berarti."

Mengelola empat satuan kerja kunci Operation & Claim, Customer Engagement & Service, Technique, serta Human Capital & Business Support Direktur Operasional memandang fungsi ini bukan sekadar mesin operasional, tapi pilar pengalaman nasabah dan cermin budaya kerja.

Dalam proses klaim, kecepatan bukan hanya indikator efisiensi, melainkan ekspresi empati. Dalam layanan dan keterlibatan pelanggan, personalisasi menjadi bentuk penghormatan atas waktu dan kepercayaan nasabah. Di ranah teknik dan aktuarial, presisi berbasis data menjadi fondasi kebijakan yang menjamin keberlanjutan. Dan pada dimensi SDM, nilai-nilai kolaborasi dan semangat kerja sehat menjadi jantung organisasi.

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



Satu hal ditekankan: operasional bukan sekadar rutinitas. Ketika dijalankan dengan visi dan konsistensi, ia menjelma menjadi kekuatan transformatif. “Yang membedakan organisasi biasa dengan organisasi besar bukan pada ide besar, melainkan pada konsistensi eksekusi,” tegasnya.

Nia juga menggarisbawahi pentingnya kolaborasi lintas fungsi. Ia menolak pendekatan silo. Menurutnya, kecepatan organisasi lahir dari keterhubungan antarsatuan kerja—dari klaim ke layanan, dari aktuaria ke teknologi, dari HR ke lini bisnis. Benang merahnya adalah sinergi.

Dua pertanyaan reflektif ia lemparkan ke hadapan seluruh Perwira PertaLife:

Sudahkah pekerjaan kita hari ini sejalan dengan makna besar PertaLife Insurance?

Bagaimana kita bisa bekerja lebih terhubung, lebih efisien, dan lebih peduli?

Di akhir, ajakannya lugas: mari jadikan usia 40 ini bukan sekadar angka perayaan, tetapi gerbang menuju babak baru. Bahwa dalam setiap pekerjaan ada ruang aktualisasi, dan dalam setiap keputusan ada peluang untuk melayani dengan lebih bernilai.

Karena ketika ketangguhan bertemu dengan tujuan, yang lahir bukan hanya efisiensi, tapi energi. Dan energi itulah yang akan mengantar PertaLife Insurance melampaui sekadar bertahan menuju kepemimpinan yang penuh makna.”



# Menyalakan Kembali Arah, Merajut Ulang Tujuan

Empat dekade perjalanan PertaLife Insurance bukan hanya soal bagaimana kita bertahan, tapi tentang bagaimana kita terus bertumbuh dengan arah yang jelas. Dari ruang pandang strategis Direksi, kita belajar bahwa resilience adalah landasan, tetapi bukan titik akhir. Seperti disampaikan Direktur Utama Hanindio W. Hadi, ketangguhan harus dilampaui, agar kita tidak sekadar hadir dalam industri tetapi bermakna, berdampak, dan relevan dalam kehidupan masyarakat yang kita layani.

Direktur Keuangan dan Investasi Sigit Panilih menegaskan pentingnya literasi proteksi dan kesehatan finansial sebagai bagian tak terpisahkan dari hidup sehat yang menyeluruh. Karena hidup yang sehat tidak hanya bicara fisik, tetapi juga ketenangan batin dan kestabilan ekonomi. Dalam dunia yang terus berubah, kebiasaan keuangan yang bijak menjadi kunci menjaga keberlanjutan, bukan hanya bagi individu, tetapi juga bagi institusi.

Sementara itu, perspektif Direktur Pemasaran Martino Faishal Saudi membawa kita lebih dekat ke jantung persoalan: bagaimana kita menjadikan gaya hidup sehat dan perencanaan keuangan sebagai bagian dari keseharian. Bahwa pemasaran bukan semata transaksi, tapi transformasi. Transformasi cara pandang, cara hidup, dan cara kita mengambil keputusan dalam mengarungi hidup yang penuh kemungkinan.

Ditegaskan Hanindio: “Dari ketiga perspektif ini, satu benang merah mengikat: bahwa *purpose* tujuan yang jelas dan tulus adalah energi baru yang menyatukan langkah kita ke depan. Tidak cukup hanya tangguh; kita perlu tahu untuk apa ketangguhan itu. Tidak cukup sekadar bertahan; kita perlu tahu ke mana kita ingin menuju. Dan jawabannya selalu kembali ke manusia: mereka yang mempercayai kita untuk melindungi, mendampingi, dan menginspirasi mereka menjalani hidup yang lebih sehat dan bermakna.”

“Karena itu, mari kita sambut babak baru ini bukan dengan langkah ragu, tapi dengan semangat yang menyala. Tetap menjadi penjaga arah, penyalah semangat, dan penggerak perubahan. Saatnya kita menjahit ulang benang merah dari masa lalu, menyusunnya menjadi pola masa depan yang penuh makna. Mari bergerak melampaui ketangguhan, menyalakan kembali tujuan bukan hanya untuk PertaLife Insurance, tapi untuk hidup yang lebih sehat, lebih sadar, dan lebih berarti bagi semua yang kita sentuh,” tutup Hanindio.

## BANGUN CHEMISTRY



“*Luangkan waktu ngobrol santai. Chemistry itu dibangun, bukan diwariskan.*”

## Punya Jabatan, Tapi Ngga bisa Kendalikan Team ?



### 01. Bangun Chemistry

Luangkan waktu ngobrol santai, tanya kabar, dan dengarkan curhat kerjaan mereka. Tidak ada salahnya luangkan waktu untuk diskusi santai di Coffee Shop.



### 02. Libatkan, Jangan Cuma Menyuruh

Karyawan yang dilibatkan akan merasa dihargai. Ajak tim ikut ambil keputusan kecil. Buat forum brainstorming untuk proyek baru.



### 03. Jadi Teladan, Bukan Tukang Perintah

Lakukan dulu sebelum meminta. Tunjukkan disiplin dan komitmen dari hal kecil.



### 04. Hargai Proses, Jangan Cuma Hasil

Leader yang hanya fokus ke angka bikin tim merasa seperti robot. Beri ucapan terima kasih di grup kerja.



### 05. Pahami Personal Karakter Team

Setiap anggota punya karakteristik yang berbeda. Sesuaikan cara komunikasi dengan karakter tiap anggota tim.

# Budaya yang Tidak Tergilas Zaman

**M**enjaga keberlangsungan organisasi dalam jangka panjang membutuhkan lebih dari sekadar bertahan. Banyak yang mampu melewati waktu, namun tidak semua berhasil tumbuh secara bermakna. Dalam empat puluh tahun keberadaannya, PertaLife Insurance telah melalui berbagai fase, dari sekadar menjaga kesinambungan, hingga akhirnya memasuki babak transformasi budaya yang sesungguhnya.

Dalam edisi khusus ulang tahun ke-40 ini, PertaLife Insurance memilih untuk tidak sekadar merayakan usia. Tema *“Celebrating 40 Years of Life Balance and Purpose”* bukan sekadar slogan perayaan. Ini adalah pernyataan tegas tentang komitmen yang terus diperbarui. Tagline *“Energizing Your Healthy Life”* menjadi semangat yang menyuntikkan energi baru untuk membangun identitas baru yang sedang dibentuk bersama.

Budaya kerja menjadi fondasi yang menopang arah baru ini. Di balik usia yang terus bertambah, PertaLife Insurance memilih untuk memperkuat nilai-nilai yang membuat setiap langkah lebih bernilai: **integritas, kolaborasi, dan inisiatif**. Nilai-nilai inilah yang kini menjadi nafas dalam setiap dinamika kerja, bukan sebagai formalitas, tapi sebagai pedoman hidup organisasi.

## Integritas: Fondasi yang Meneguhkan

Di PertaLife Insurance, integritas adalah soal keberanian untuk bertanggung jawab yang membutuhkan konsistensi dan keteguhan hati. Nilai ini tercermin dalam kesediaan mengambil keputusan yang benar meskipun tidak populer. Bukan tentang menjaga citra, melainkan menunjukkan karakter saat menghadapi tekanan dan dilema.

*“Integritas bukan nilai manis untuk dibicarakan saat kick-off meeting. Ini adalah ujian mental harian. Kita bisa tahu siapa yang punya integritas dari siapa yang siap bertanggung jawab saat keputusan sulit harus diambil,”* ujar **Mangaranap Rabehka Nathalia**, VP Human Capital & Business Support.

Dalam dunia kerja yang cepat berubah, tanggung jawab menjadi nilai yang semakin berharga. Perwira PertaLife dibentuk untuk hadir, menjawab, dan menyelesaikan, bukan menghindar atau menunda.

## Kolaborasi: Menghapus Sekat, Memperkuat Sinergi

Sebagai bagian dari Pertamina Group, kerja lintas fungsi dan antarentitas menjadi bagian dari ritme kerja sehari-hari. Di PertaLife Insurance, kolaborasi bukan sekadar proses administratif, melainkan praktik keseharian yang dibangun atas dasar kepercayaan dan kesetaraan.

Kolaborasi juga tidak tumbuh dari formalitas. Ia lahir dari kepercayaan. Dari kesediaan untuk saling dengar dan saling dukung. Di PertaLife Insurance, ego personal diletakkan di luar meja rapat. Yang dibawa ke dalam adalah kepentingan bersama.

### Inisiatif: Langkah Kecil, Dampak Nyata

Budaya kerja di PertaLife Insurance mendorong setiap Perwira PertaLife untuk proaktif: membaca kebutuhan, menawarkan solusi, dan bertindak sebelum diminta. Inisiatif bukan bentuk ambisi individu, tetapi cerminan tanggung jawab terhadap keberlangsungan organisasi.

*“Inisiatif tanpa integritas akan menjadi ego. Integritas tanpa inisiatif akan berujung pasif. Budaya kerja yang kami bangun menuntut keduanya berjalan bersamaan,”* jelas Nathalia.

Budaya inisiatif ini melahirkan ekosistem yang dinamis, di mana setiap individu merasa memiliki peran penting dalam menciptakan kemajuan dan perbaikan, sekecil apa pun langkahnya.

PertaLife Insurance memahami bahwa budaya kerja tidak menjamin kesuksesan instan, namun ia menjadi pelindung jangka panjang yang menjaga arah dan kekuatan organisasi. Budaya kerja bukan alat promosi, melainkan sistem imun yang membuat perusahaan tetap sehat, kuat, dan relevan.

Empat puluh tahun perjalanan PertaLife Insurance bukan hanya catatan bisnis, tetapi bukti bahwa organisasi bisa tetap berenergi dan bermakna ketika dibangun di atas nilai-nilai yang dijalankan dengan konsisten. Integritas, kolaborasi, dan inisiatif bukanlah warisan melainkan komitmen yang harus diperjuangkan setiap hari.

*“Kepada seluruh Perwira PertaLife, perjalanan panjang ini adalah panggilan untuk terus menjaga standar yang telah kita bangun. Integritas harus menjadi landasan yang kokoh dalam setiap keputusan. Kolaborasi harus terjalin melampaui batas-batas organisasi. Dan inisiatif harus menjadi energi yang mendorong kita bergerak tanpa menunggu. Ini bukan sekadar tuntutan, melainkan tanggung jawab kita bersama untuk memastikan bahwa PertaLife Insurance tidak hanya dapat bertahan, tapi terus memimpin,”* tegas **Hanindio W. Hadi**, Direktur Utama PertaLife Insurance.

Selama budaya ini terus dirawat, PertaLife Insurance tak hanya akan menapaki masa depan tapi juga turut menjadi penentu arah.

# Merawat Budaya Kinerja dalam Napas Baru PertaLife Insurance

**D**i tengah arus perubahan industri asuransi yang cepat dan semakin kompleks, PertaLife Insurance terus memperkuat pondasi transformasi organisasinya. Lebih dari sekadar mengejar kinerja finansial, perusahaan kini memusatkan perhatian pada pembentukan budaya kerja yang tangguh, adaptif, dan bermakna bagi seluruh Perwira PertaLife.

Transformasi budaya tidak cukup hanya dengan perubahan sistem atau struktur. Diperlukan ruang tumbuh yang mendorong setiap insan perusahaan untuk terlibat secara aktif dan autentik. Di sinilah Key Performance Indicator (KPI) hadir, bukan hanya sebagai alat ukur, tapi sebagai platform transformasi budaya yang mendorong penguatan nilai, pembentukan perilaku, dan penyelarasan kerja lintas fungsi..

Sejalan dengan tema besar Perusahaan tahun 2025, *Beyond Resilience: Energizing Your Healthy Life with Purpose*, Human Capital memperkenalkan penyegaran sistem kinerja melalui program bertajuk *KPI Performance Culture*. Program ini dirancang sebagai ruang pembelajaran, pertumbuhan, dan penyelarasan nilai dalam keseharian kerja dan mengajak seluruh Perwira PertaLife untuk memahami makna kontribusi dan kolaborasi dalam keseharian kerja.

Lebih dari itu, *KPI Performance Culture 2025* hadir dengan satu pesan utama: menguatkan kembali peran pemimpin sebagai penggerak budaya kinerja tinggi. Dalam setiap dimensi indikator yang disusun, terselip mandat kepemimpinan yang aktif, bertumbuh, dan memberdayakan. Pemimpin tidak hanya diukur dari capaian target, tetapi dari sejauh mana ia menciptakan ruang kerja yang menginspirasi, memungkinkan, dan menyatukan.

Program ini mengacu pada pendekatan McKinsey & Company, *The Four Building Blocks of Change*. ebuah kerangka transformasi perilaku organisasi yang mencakup: *Role Modeling, Fostering Understanding and Conviction, Developing Talent and Skills* serta *Reinforcing with Formal Mechanisms*. Berlandaskan keempat dimensi ini, PertaLife Insurance menyusun lima indikator *Key Performance Indicator (KPI)* sebagai penggerak utama perubahan budaya kerja. Kelima KPI ini dirancang untuk menghidupkan nilai kolaborasi, kepemimpinan, pengembangan SDM, serta inovasi berkelanjutan dalam proses kerja.



## 1. Kolaborasi Lintas Fungsi / Institusi

KPI ini mendorong keterlibatan aktif pekerja dalam proyek lintas tim maupun instansi. Kolaborasi bukan lagi pilihan, melainkan budaya kerja baru yang mempertemukan perspektif berbeda untuk menghasilkan solusi yang lebih kuat. Pemimpin dituntut menjadi penghubung, bukan sekadar pengarah, dan menghadirkan semangat kolaboratif dalam tiap inisiatif kerja.

## 2. Engagement Pekerja

Membangun organisasi yang sehat tak lepas dari bagaimana keterlibatan emosional dan intelektual pekerja dipelihara. Melalui indikator ini, peningkatan skor engagement menjadi refleksi sejauh mana pekerja merasa dihargai, terhubung, dan bermakna. Pemimpin berperan besar di sini dengan kehadiran yang autentik, komunikasi yang terbuka, dan kepedulian yang konsisten.

## 3. Leadership Coaching

KPI ini menegaskan bahwa membina lebih penting dari sekadar memberi perintah. Setiap VP dan DH diminta aktif melakukan coaching terstruktur kepada anggota tim. Coaching bukanlah hanya transfer pengetahuan, tetapi juga proses membangun kepercayaan dan mendorong potensi. Ini adalah panggilan untuk memimpin dengan memberi makna pada pertumbuhan orang lain.

## 4. Pengisian Gap Kompetensi

Pengembangan SDM menjadi investasi strategis perusahaan. Melalui indikator ini, setiap pekerja didorong untuk mengisi kesenjangan kompetensi melalui berbagai metode belajar. Di sinilah peran pemimpin dibutuhkan untuk mengenali kebutuhan, memfasilitasi akses, dan menanamkan budaya belajar yang berkesinambungan di lingkungan kerja.

## 5. Review Proses Bisnis – Fokus pada Inovasi dan Perbaikan Layanan

KPI terakhir ini menuntut adanya keberanian untuk bertanya: “bisakah kita bekerja dengan lebih baik?” Setiap unit kerja diharapkan melakukan kajian proses secara berkala, dan mendorong ide perbaikan yang aplikatif. Budaya inovasi tidak bisa dibangun hanya dari atas ke bawah, pemimpin perlu menciptakan ruang aman untuk mencoba, gagal, dan belajar bersama.

## Penalti atas Pelanggaran Integritas

Selain lima indikator utama, sistem ini juga menegaskan bahwa nilai tidak hanya diukur dari apa yang dicapai, tetapi juga dari cara mencapainya. Karena itu, pelanggaran integritas akan berdampak langsung pada capaian KPI pekerja, bahkan atasannya. Pendekatan ini menegaskan bahwa budaya kinerja tinggi tak bisa dilepaskan dari nilai-nilai kejujuran, tanggung jawab, dan keteladanan moral.

PertaLife Insurance memahami bahwa setiap perubahan menuntut waktu dan kesiapan. Tidak semua pekerja bisa langsung terlibat penuh, terutama dengan beban kerja yang tinggi. Maka target disesuaikan secara realistis, tanpa kehilangan semangat perubahannya. Di sinilah peran pemimpin menjadi titik tumpu Utama, mengalokasikan waktu, hadir secara aktif, dan menjaga keseimbangan antara pencapaian dan keberpihakan pada manusia.

Sebagaimana disampaikan Direktur Utama PertaLife Insurance, **Hanindio W. Hadi**,

*“Transformasi budaya kinerja ini bukan hanya soal sistem baru, tapi tentang perubahan sikap dan komitmen kita semua. Saya mengajak seluruh Perwira PertaLife untuk mengantisipasi tantangan yang ada, memahami tujuan besarnya, dan menjalankannya dengan integritas serta ketulusan.”*

Hal senada disampaikan oleh Vice President Human Capital & Business Support, **Manganap Rabehka Nathalia**,

*“KPI Performance Culture bukanlah hanya alat ukur, tapi cerminan cara kita bergerak, berpikir, dan bertumbuh bersama. Ketika setiap orang paham maknanya, maka budaya organisasi akan hidup dengan sendirinya.”*

KPI kini bukan sekadar angka dalam tabel. Ia menjadi ruang aktualisasi, refleksi, dan kontribusi. Di tengah budaya kerja yang sehat, kolaboratif, dan berorientasi nilai, setiap capaian adalah hasil dari perjalanan bermakna yang dijalani bersama.

PertaLife Insurance sedang tidak hanya membangun sistem kerja yang kuat. Kita sedang membangun kehidupan kerja yang lebih utuh, tempat di mana setiap langkah kecil membawa kita lebih dekat pada misi besar: memberikan hidup yang sehat dan penuh makna bagi semua.

Berikut adalah tabel **“The Four Building Blocks of Change”** berdasarkan pendekatan **McKinsey & Company**, disusun untuk mencerminkan bagaimana PertaLife Insurance menghidupkan nilai-nilai kolaborasi, coaching, inovasi, dan integritas dalam seluruh lini organisasi melalui program KPI Performance Culture:

Building Block	Implementasi Di PertaLife Insurance	Nilai yang dihidupkan
<b>01</b> Role Modeling	Pemimpin menjadi teladan nyata, bukan hanya atasan. Target kolaborasi lintas fungsi sebesar 50%. Pemimpin diharapkan mengalokasikan 50% waktunya untuk pengembangan tim.	<b>Kolaborasi</b> – lewat keteladanan dan semangat lintas fungsi.
<b>02</b> Fostering Understanding & Conviction	Ditekankan melalui coaching berjenjang oleh VP dan Division Head untuk 90% anggota tim. Target peningkatan skor engagement minimal 0,1 poin. Penanaman keyakinan terhadap makna kerja dan keterhubungan.	<b>Coaching</b> – membangun pemahaman dan keterlibatan personal.
<b>03</b> Developing Talents & Skills	Setiap anggota tim wajib mengikuti program pengembangan minimal satu kali setahun (target 90%). Mendorong budaya belajar yang berkelanjutan dan relevan dengan perubahan.	<b>Inovasi</b> – lewat pembelajaran berkesinambungan.
<b>04</b> Reinforcing with Formal Mechanism	Tiap fungsi wajib mengajukan ide perbaikan SOP. Tersedia sistem reward and penalty: pelanggaran integritas berdampak pada pemotongan KPI pekerja dan atasan langsung. Komite independen dibentuk untuk menjamin objektivitas penegakan.	<b>Integritas &amp; Inovasi</b> – melalui keberanian berbenah dan sistem akuntabilitas.

#### Catatan Tambahan:

- Tabel ini mencerminkan integrasi antara framework perubahan organisasi dan penguatan budaya nilai yang bukan hanya struktural, tetapi juga personal dan emosional.
- KPI kini bukan sekadar instrumen pengukuran, melainkan medium pertumbuhan dan penghidupan nilai dalam keseharian kerja.

# Regulasi Baru, Tantangan Lama Siapa Berani Berubah?

Inflasi medis bukan lagi isu yang bisa diabaikan. Ia adalah bom waktu yang siap meledak kapan saja dan menghancurkan stabilitas keuangan jutaan orang. Biaya rumah sakit dan obat-obatan yang melonjak jauh di atas inflasi umum membuat perlindungan asuransi kesehatan semakin rapuh. Di tengah situasi kritis ini, OJK hadir dengan SEOJK 7/2025. Regulasi ini bukan sekadar aturan baru yang harus dipatuhi, melainkan panggilan keras bagi industri asuransi untuk berani berubah atau tersingkir dari relevansi.

Salah satu sorotan utama adalah ketentuan *co-payment* minimal 10 persen dalam produk asuransi kesehatan. Banyak yang buru-buru mengeluh. Tapi di PertaLife Insurance, sinyal ini dibaca secara strategis. Ini bukan bentuk pembebanan, melainkan pengingat bahwa proteksi harus dibarengi tanggung jawab. Dan bahwa asuransi tidak bisa lagi hanya menjadi instrumen pembayaran risiko. Ia harus menjadi partner dalam hidup yang lebih sehat.

“*Co-payment* adalah bentuk edukasi tak langsung. Ia mengajak nasabah ikut peduli dan terlibat, bukan hanya menuntut dibayari,” kata Andri Kurnia, VP Technique PertaLife Insurance.

PertaLife Insurance memaknai perubahan ini lewat filosofi *Beyond Resilience*. Dunia asuransi tidak bisa hanya bertahan. Ia harus tumbuh, menyesuaikan diri, bahkan mendahului perubahan. Dari digitalisasi layanan, perluasan akses, hingga desain produk yang fleksibel dan relevan. Perlindungan tak lagi cukup hanya finansial. Ia harus menjadi bagian dari gaya hidup.

Lewat semangat *Energizing Your Healthy Life with Purpose*, PertaLife Insurance menyusun ulang pendekatan. Nasabah yang menerapkan hidup sehat—tidak merokok, aktif bergerak, rutin cek kesehatan—diberi premi yang lebih ringan. Ini bukan sekadar strategi pemasaran. Ini insentif nyata yang berdampak langsung ke risiko dan klaim. Risiko yang

ditekan dari hulu jauh lebih efisien daripada risiko yang dibayar di hilir.

Tak berhenti di produk, PertaLife Insurance menjalin kemitraan dengan rumah sakit, laboratorium, dan platform kesehatan digital. Tujuannya satu: menggeser fokus dari kuratif ke preventif. Dari klaim ke edukasi. Dari krisis ke kendali. Seiring itu, proses digitalisasi terus dimatangkan agar layanan semakin efisien, cepat, dan personal.

“Transformasi industri ini tak cukup di atas kertas. Kita harus benar-benar masuk ke ruang hidup masyarakat dan menjawab kebutuhan mereka secara nyata,” ujar Andri.

Visi PertaLife Insurance untuk lima tahun ke depan mencerminkan itu semua: industri asuransi harus menjadi inklusif, terdigitalisasi, personal, dan berdampak sosial. Transformasi bukan pilihan, melainkan keharusan. Dan justru di tengah tekanan biaya kesehatan serta regulasi yang lebih ketat, peluang inovasi terbuka lebar.

Kini tinggal satu pertanyaan: apakah kita siap ikut berubah atau tetap nyaman dalam pola lama yang pelan-pelan ditinggalkan nasabah? Mari kita berhenti sekadar bertahan. Mari mulai memimpin perubahan. Sebab masa depan proteksi bukan soal siapa paling besar, tapi siapa paling relevan.

# MyPERTALIFE

## Revolusi Digital yang Menantang Praktik Asuransi Konvensional

Dunia asuransi selama ini kerap diidentikkan dengan proses rumit, birokrasi berbelit, dan waktu tunggu yang tak kunjung usai. PertaLife Insurance hadir untuk mematahkan paradigma tersebut melalui *MyPERTALIFE*—superapp yang bukan sekadar aplikasi digital, melainkan revolusi sistem layanan asuransi dan DPLK dalam genggaman.

“*MyPERTALIFE* bukan sekadar platform digital, ini adalah tantangan serius terhadap sistem lama yang menghambat kemajuan,” tegas Jhoniansyah Pura, VP IT & Digitalization PertaLife Insurance. “Kami memaksa diri untuk menggeser budaya layanan: dari yang lambat dan rumit, menjadi cepat, transparan, dan efisien.”

Melalui *MyPERTALIFE*, pengguna mendapatkan akses lengkap untuk mengetahui berbagai produk asuransi PertaLife Insurance beserta keunggulannya tanpa harus datang ke kantor. Proses pembelian produk yang biasanya berbelit kini dapat dilakukan secara online, baik melalui sistem pemesanan maupun pembelian langsung via website maupun aplikasi mobile. Selain itu, pengajuan klaim dan perubahan polis sepenuhnya berjalan secara digital, menghapus kebutuhan interaksi tatap muka dan mengurangi risiko kesalahan administrasi.

Tidak hanya bagi nasabah individu, *MyPERTALIFE* juga memudahkan Unit Human Capital (HC) perusahaan klien PertaLife Insurance untuk mengelola produk asuransi dan DPLK karyawan mereka secara terpadu dan praktis. Dengan akses khusus, HC dapat memantau dan mengelola portofolio asuransi karyawan secara efisien. Sementara itu, admin aplikasi diberikan kendali penuh untuk mengatur tampilan halaman portal dan

mengelola data utama operasional secara langsung. Semua proses ini menyatu dalam satu sistem yang dirancang untuk memangkas inefisiensi dan mempercepat layanan.

Namun, kemudahan tanpa keamanan adalah bom waktu. *MyPERTALIFE* menjaga data penting seperti email, username, nomor telepon, dan password dalam bentuk terenkripsi sesuai standar keamanan ketat. Password tidak hanya disimpan, tetapi diolah dengan metode hashing yang menjamin kerahasiaannya dari akses tidak sah.

“Dalam era digital, data adalah aset paling berharga. Jika keamanan tidak dijaga, inovasi digital akan hancur begitu saja,” tegas Jhoniansyah.

Kini saatnya kita bertanya: Apakah masih relevan mempertahankan cara lama yang penuh hambatan dan lamban? Atau sudah saatnya kita berani masuk ke era baru, di mana setiap klik membawa kemudahan dan efisiensi? *MyPERTALIFE* bukan sekadar aplikasi, tapi pisau bedah yang memaksa kita keluar dari zona nyaman menuju layanan digital yang sesungguhnya.

Apakah Anda siap menjadi bagian dari revolusi ini, atau justru terjebak dalam rutinitas yang terus menggerogoti waktu dan produktivitas kita?

# DPLK PERTALIFE INSURANCE

## Lebih dari Sekadar Pensiun

**B**agi sebagian orang, masa pensiun masih dianggap sebagai masa akhir dari produktivitas. Namun, bagi Dana Pensiun Lembaga Keuangan Perta Life Insurance (DPLK PertaLife), pensiun justru adalah awal dari kehidupan yang lebih terencana, sehat, dan bermakna. Lewat semangat *Beyond Resilience*, program DPLK ini hadir bukan hanya sebagai jaring pengaman finansial, tetapi juga sebagai fondasi untuk membangun masa depan yang aktif dan penuh tujuan.

“Makna *Beyond Resilience* dalam DPLK PertaLife bukan sekadar ketahanan finansial. Ini tentang bagaimana kami mendorong peserta untuk menjalani masa pensiun sebagai fase hidup yang energik, produktif, dan sesuai dengan nilai hidup mereka,” ujar Ika Nurimah, Department Head Pension Business Development & Client Relation DPLK PertaLife.

DPLK PertaLife menyiapkan strategi menyeluruh, mulai dari edukasi dan literasi keuangan hingga pemanfaatan teknologi digital. Untuk generasi muda, edukasi dilakukan lewat media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube. Format *microlearning*, kuis ringan, serta video simulasi membuat pesan penting soal pensiun terasa relevan dan mudah dicerna.

Tak hanya dari sisi edukasi, DPLK PertaLife juga memudahkan peserta dalam memantau dan mengelola dana pensiun melalui aplikasi **SiPERDANA**, yang tersedia di App Store dan Google Play. Aplikasi ini memungkinkan peserta melihat saldo dan kinerja investasi secara *real-time*, dengan tampilan modern dan ramah pengguna.



Seiring menurunnya suku bunga acuan Bank Indonesia, tantangan pengelolaan investasi pun meningkat. DPLK PertaLife menanggapi kondisi ini dengan strategi yang adaptif. Salah satunya adalah pendekatan ALMA (*Asset Liability Matching Approach*), yaitu memastikan dana investasi disalurkan sesuai dengan profil kewajiban. Penempatan dana diarahkan pada instrumen yang memiliki imbal hasil kompetitif dan risiko terkendali.

“Penyesuaian strategi investasi menjadi kunci agar dana pensiun tetap tumbuh optimal, bahkan di tengah kondisi ekonomi yang tidak pasti,” kata Ika.

Hingga Juni 2025, DPLK PertaLife mencatatkan *Asset Under Management* (AUM) sebesar Rp6,2 triliun, dengan pertumbuhan aset mencapai 51 persen sejak 2019. Imbal hasil investasi per Mei 2025 tercatat 2,78 persen *Year to Date* (YTD) dan diproyeksikan tumbuh hingga 6,43 persen pada akhir tahun.

Kinerja ini turut didukung sistem pembayaran iuran menggunakan virtual account BRI dan Mandiri, yang memungkinkan dana peserta langsung teridentifikasi dan dialokasikan ke instrumen investasi secara efisien. Peserta juga dapat memantau perkembangan saldo melalui sistem informasi daring yang telah terintegrasi.

Program inovatif lain adalah Dana Santunan Kesehatan Pensiun (DSKP), yang dirancang untuk menjawab tantangan biaya kesehatan pascapensiun.

Dana ini memberi perlindungan finansial agar pensiunan tak terbebani beban medis di usia senja, yang semakin relevan dengan meningkatnya angka harapan hidup.

Tak hanya fokus pada individu, DPLK PertaLife juga aktif mendampingi perusahaan mitra. Program edukasi dan rancangan *benefit* pensiun disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing perusahaan agar memberikan dampak jangka panjang bagi kesejahteraan karyawan.

Langkah ini sejalan dengan perubahan orientasi peserta yang kini melihat pensiun sebagai fase aktif. DPLK PertaLife merespons pergeseran ini dengan komunikasi yang inspiratif, mengajak peserta melihat masa pensiun bukan sebagai titik henti, melainkan sebagai ruang baru untuk tumbuh, berkarya, dan berkontribusi.

“Dulu saya pikir pensiun itu urusan nanti. Tapi sejak ikut DPLK PertaLife, saya merasa lebih tenang. Saya punya rencana, dan itu membuat saya lebih fokus membangun karier hari ini,” ujar salah satu peserta DPLK PertaLife di Jakarta.

Dengan pendekatan menyeluruh, DPLK PertaLife terus mendorong peserta merancang masa depan yang matang dengan kesadaran dan kesiapan. Bukan sekadar bertahan, tetapi untuk menjalani hidup yang bebas, sehat, dan bermakna.

**Ilustrasi perbandingan jika mulai menabung pada usia 30 tahun dibandingkan dengan usia 40 tahun iuran 500 ribu per bulan atau 6 juta per tahun**

Usia	Besarnya luran per Bulan	Dana Awal	Akumulasi luran Setahun	Akumulasi Hasil Investasi	Akumulasi Biaya Bulanan	Saldo
30	500,000	0	6,000,000	163,995	65,871	6,098,124
34	500,000	25,524,851	6,000,000	1,457,883	585,583	32,397,151
39	500,000	62,034,926	6,000,000	3,308,627	1,328,965	70,014,588
44	500,000	104,428,018	6,000,000	5,457,589	2,192,132	113,693,476
49	500,000	153,652,082	6,000,000	7,952,822	3,194,383	164,410,521
54	500,000	210,807,821	6,000,000	10,850,121	4,358,132	223,299,810

Usia	Besarnya luran per Bulan	Dana Awal	Akumulasi luran Setahun	Akumulasi Hasil Investasi	Akumulasi Biaya Bulanan	Saldo
40	500,000	0	6,000,000	163,995	65,871	6,098,124
44	500,000	25,524,851	6,000,000	1,457,883	585,583	32,397,151
49	500,000	62,034,926	6,000,000	3,308,627	1,328,965	70,014,588
54	500,000	104,428,018	6,000,000	5,457,589	2,192,132	113,693,476



# EMPAT DEKADE PERTALIFE INSURANCE Prestasi Bukan Sekadar Seremoni

Sorak bangga mengiringi langkah dua perwakilan PertaLife Insurance saat menaiki panggung penghargaan di Auditorium Kementerian Perdagangan RI, Selasa, 27 Mei 2025. Direktur Utama Hanindio W. Hadi dan Network & Security Officer Jarot Budi Purwanto hadir untuk menerima penghargaan *Indonesia Top Insurance Awards 2025* yang diberikan oleh The Iconomics.

Dalam ajang tahunan yang kini memasuki tahun keenam itu, PertaLife Insurance dinobatkan sebagai perusahaan asuransi jiwa terbaik dalam kategori *Life Insurance – Asset 1–5 Trillion*. Penilaian dilakukan lewat kajian kinerja keuangan sepanjang 2024. Indikatornya mencakup profitabilitas, solvabilitas, efisiensi, dan pertumbuhan yang solid. Sebuah pengakuan objektif atas kinerja yang tidak hanya stabil, tapi juga progresif.

Hanindio W. Hadi menyebut penghargaan ini sebagai hadiah manis menjelang ulang tahun ke-40 PertaLife Insurance. “Penghargaan ini menjadi bukti nyata dari kerja keras seluruh Perwira PertaLife dalam menjaga



performa finansial dan operasional perusahaan, sekaligus memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap komitmen kami dalam memberikan perlindungan berkelanjutan,” ujarnya.

PertaLife Insurance tidak sekadar hadir untuk menerima piala. Dalam forum yang mengangkat tema *“Mitigate the Risks of Proxy War and Trade War for Indonesia”*, keikutsertaan PertaLife Insurance juga menjadi bentuk kontribusi aktif dalam percakapan strategis nasional. Forum ini dihadiri oleh tokoh-tokoh penting, seperti Mahendra Siregar, Suahasil Nazara, dan Bram S. Putro.

Seiring semangat *“Energizing Your Healthy Life with Purpose”*, penghargaan ini menambah energi positif bagi PertaLife Insurance dalam menapak usia empat dekade. Di tengah perubahan dunia yang kian kompleks, perusahaan menunjukkan bahwa ketahanan bukan semata soal bertahan, tetapi tumbuh dengan arah dan tujuan yang jelas.

Prestasi ini bukan akhir perjalanan, melainkan batu loncatan untuk terus menghadirkan solusi perlindungan yang lebih sehat, lebih kuat, dan lebih bermakna.



# DARAH, DETAK, DAN TUJUAN

## PertaLife Insurance di Titik Empat Puluh



Langit cerah Jakarta mengiringi langkah antusias para peserta yang tiba di Ballroom lantai 12 Gedung Tamansari Parama Boutique Office, Selasa pagi, 3 Juni 2025. Ada semangat yang terasa berbeda hari itu—semangat yang tidak hanya menandai perayaan usia 40 tahun PertaLife Insurance, tetapi juga menggambarkan tekad untuk terus melesat menghadirkan hidup yang sehat, seimbang, dan penuh makna. Melalui kegiatan sosial bertajuk “Give Blood, Save Life”, PertaLife Insurance mengajak seluruh ekosistemnya untuk merayakan ulang tahun dengan cara yang lebih berdampak. Aksi donor darah ini tak hanya soal menyalurkan kebaikan, tetapi juga menjadi cerminan semangat *Beyond Resilience*—melampaui ketahanan, menuju hidup yang berenergi dan penuh tujuan.

Bekerja sama dengan Palang Merah Indonesia (PMI) Cabang Tangerang Selatan, PertaLife Insurance berhasil mengumpulkan 60 kantong darah. Para pendonor datang dari berbagai kalangan: Perwira PertaLife, karyawan Dana Pensiun Pertamina dan PT Timah Tbk, tenant, hingga mitra komunitas Tamansari Parama. Ruang ballroom yang biasanya formal berubah menjadi arena kebersamaan yang hangat. Musik lembut mengiringi percakapan hangat dan tawa ringan dari peserta yang baru saja mendonorkan darah atau menunggu giliran pemeriksaan kesehatan.



Selain donor darah, rangkaian acara ini juga menghadirkan layanan pemeriksaan kesehatan yang lengkap: mulai dari mini *medical check-up*, pemeriksaan mata oleh Mayapada Eye Center, hingga konsultasi gigi dari Dental Klinik Maesa. Rumah Sakit Mayapada turut memberikan dukungan penuh. Semua layanan ini terbuka bagi siapa saja yang hadir, sebagai wujud nyata komitmen PertaLife Insurance untuk menciptakan gaya hidup sehat yang inklusif dan berkelanjutan.

Dalam suasana yang ceria dan optimis, Direktur Operasional PertaLife Insurance, Alfa Niasari Utami, menegaskan kembali makna kegiatan ini dalam kaitannya dengan semangat ulang tahun perusahaan. “Di usia ke-40 ini, PertaLife Insurance tidak hanya ingin merayakan perjalanan bisnis, tetapi juga menghadirkan energi yang berdampak langsung bagi kehidupan. Donor darah adalah aksi kecil yang menyelamatkan nyawa, dan kami bangga dapat memfasilitasinya untuk Perwira dan sekitar kami,” ujarnya. Pernyataan itu bukan sekadar kutipan, tapi mencerminkan filosofi PertaLife Insurance dalam

menumbuhkan budaya kepedulian sebagai bagian dari keseimbangan hidup. Perayaan ulang tahun ini bukan tentang kilas balik semata, melainkan juga tentang mengukuhkan langkah ke depan—mendorong komunitas untuk hidup lebih sehat, lebih sadar, dan lebih peduli.

Dalam keramaian yang penuh senyum, energi positif tampak nyata. Satu tetes darah, satu tindakan preventif, satu sapaan hangat—semuanya menjadi bagian dari perjalanan panjang PertaLife Insurance dalam membangun masa depan yang sehat dan berkesinambungan. Di usia 40, PertaLife Insurance tak sekadar bertahan. Ia melesat, membawa semangat baru yang siap menyapa tahun-tahun berikutnya dengan langkah ringan dan hati yang penuh tujuan.

# MISI MUSTAHIL PERWIRA PERTALIFE: Tertawa, Kompak, Sukses



**K**etika detik-detik mulai berdetak menuju pemutaran film *Mission: Impossible – The Final Reckoning* pada Selasa, 3 Juni 2025, tidak ada sekat antara Perwira PertaLife. Mereka bukan sekadar pegawai di sebuah perusahaan asuransi, melainkan satu kekuatan yang bergerak kompak dan penuh semangat.

Acara nobar yang diselenggarakan oleh panitia Perwira PertaLife dari berbagai satuan kerja ini memperlihatkan wajah lain dari profesionalisme. Mereka memilih berjalan kaki bersama dari Gedung Tamansari Parama Boutique Office ke Djakarta XXI, sebuah langkah kecil yang menjadi simbol besar: kebersamaan dan solidaritas yang nyata, bukan sekadar slogan.

Tidak ada gemuruh formalitas. Yang ada adalah tawa, canda, dan semangat menguatkan ikatan antar sesama Perwira PertaLife. Di saat lain mereka bertarung dengan angka dan target, hari itu mereka bertarung bersama dalam suasana santai dan penuh kegembiraan.





Pukul 14.35 WIB, layar bioskop menyala. Suara tembakan, ledakan, dan aksi Ethan Hunt menyatu dengan sorak dan tepuk tangan Perwira PertaLife. Popcorn dan minuman lengkap sebagai pelengkap membuat momen itu sempurna.

Respons cepat terhadap konfirmasi kehadiran menunjukkan komitmen mereka. Ini bukan sekadar acara hiburan, melainkan manifestasi budaya perusahaan yang mengedepankan kolaborasi dan kebersamaan.

PertaLife Insurance membuktikan satu hal penting: dalam setiap misi besar, seperti menjaga masa depan nasabah, kekompakan bukan sekadar pilihan, melainkan keharusan. Sama seperti Ethan Hunt yang menuntaskan *Mission: Impossible* dengan

keberanian dan kerja sama, Perwira PertaLife menunjukkan bahwa misi apa pun—betapapun sulit dan tampaknya mustahil—bisa diraih asalkan langkah bersama tak pernah terpisah. Di sinilah kekuatan sejati teruji: bukan hanya di layar bioskop, tapi di realita kerja sehari-hari.





# DAGING, DOA, DAN DAYA HIDUP

**D**i tengah gema takbir Idul Adha 1446 Hijriah, PertaLife Insurance mengukuhkan komitmennya untuk terus hadir dalam denyut kehidupan masyarakat. Bukan dengan panggung dan kembang api, melainkan dengan dua ekor sapi, masing-masing seberat lebih dari 600 kilogram, yang dibagikan ke dua titik: Masjid Tarihuniyah di Jakarta dan Yayasan Darunnashihin Hajjah Aminah di Megamendung, Bogor, pada Jumat, 6 Juni 2025.

Bagi PertaLife Insurance, qurban bukan rutinitas. Ia adalah wujud dari nilai spiritual yang dipraktikkan dengan kesungguhan. Ada ibadah yang khushuk. Ada kepedulian yang konkret. Ada kekeluargaan yang dijalin lewat potong hewan dan pembagian daging. Dan di balik semua itu, ada kesadaran bahwa perusahaan bukan entitas abstrak, melainkan bagian dari masyarakat yang punya tanggung jawab sosial.

Di lokasi pemotongan, suasana haru bercampur hangat. Anak-anak memperhatikan dengan takjub. Warga berkumpul bukan hanya untuk menanti daging, tetapi untuk menyaksikan bahwa ada pihak yang peduli. Tim dari berbagai fungsi internal PertaLife Insurance hadir langsung, menyingsingkan lengan baju, menyatu dengan warga. Tidak ada sekat. Tidak ada jarak. Yang ada hanya rasa bersama.

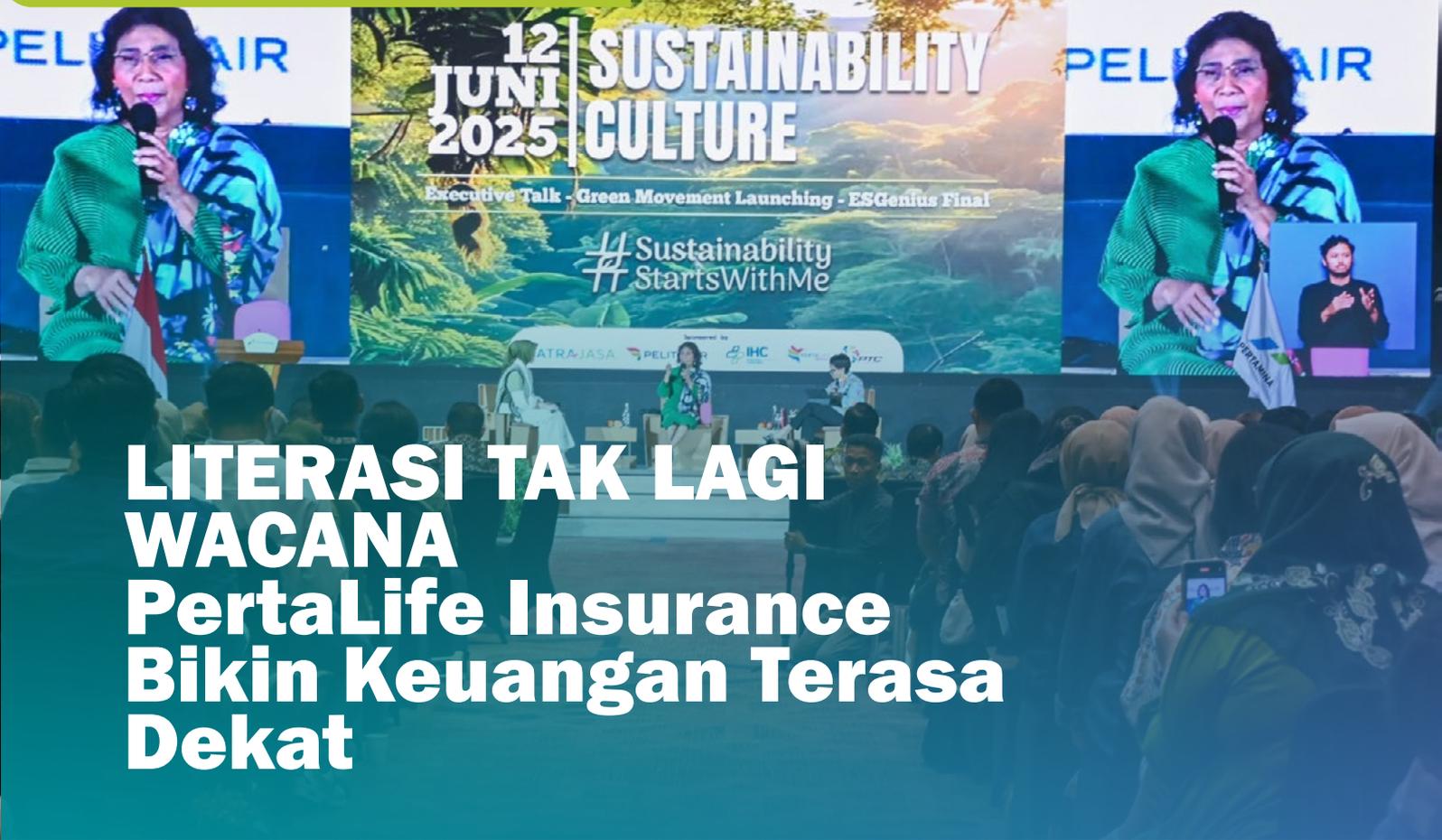


Tahun ini, PertaLife Insurance merayakan ulang tahun ke-40. Momentum itu tidak digunakan untuk bersolek di pusat kota, melainkan untuk berbagi energi kebaikan. Di bawah semangat *"Energizing Your Healthy Life"*, perusahaan menjadikan Iduladha sebagai cermin transformasi. Bahwa usia empat dekade bukan hanya soal bertahan, tetapi juga tentang memberi makna.

Di dunia korporat yang sering sibuk dengan pencapaian, langkah ini terasa kontras. Qurban dijalankan bukan untuk pencitraan, melainkan sebagai laku sosial. Ini bukan narasi filantropi kosong. Ini tentang napas panjang dari nilai *"Care"* yang hidup di dalam tubuh perusahaan. Sebuah pilihan sikap yang mungkin sederhana, tetapi berdampak nyata.

Karena bagi PertaLife Insurance, memberi bukan hanya soal tanggung jawab. Ia adalah identitas.





# LITERASI TAK LAGI WACANA PertaLife Insurance Bikin Keuangan Terasa Dekat



Literasi keuangan tak lagi sebatas jargon. Di tangan PertaLife Insurance, edukasi jadi pengalaman nyata yang membumi dan relevan.

Pada 11 Juni 2025 yang lalu, PertaLife Insurance hadir dalam ESGenius Challenge 2025 bagian dari Sustainability Culture Event PT Pertamina (Persero). Lewat sesi “Lindungi Masa Depanmu Hari Ini”, 60 Perwira terpilih diajak memahami pentingnya proteksi finansial sejak dini. Dalam 30 menit, Resty Irma Aria dan Ika Nurimah menyampaikan materi lewat kuis, diskusi, dan contoh konkret yang membuka kesadaran.





“Ini bukan edukasi biasa, tapi strategi untuk membangun literasi keuangan yang inklusif di lingkungan Pertamina,” ujar Alfa Niasari Utami, Direktur Operasional PertaLife Insurance.

Keesokan harinya di Grha Pertamina, pendekatan interaktif dilanjutkan lewat booth edukatif. Konsultasi keuangan, permainan ringan, dan hadiah anggrek mini jadi daya tarik utama disuguhkan bersama jus buah segar.

Pesannya sederhana namun kuat: keberlanjutan butuh perencanaan finansial. Literasi bukan pelengkap, tapi fondasi budaya baru. Dari Sopodel ke Grha, PertaLife Insurance menunjukkan bahwa edukasi bisa menyentuh dan menginspirasi.





# LEDAKAN IDE di Tengah Kantor

**M**enjelang ulang tahun ke-40, PertaLife Insurance memilih cara berbeda untuk menyulut semangat kolektif. Alih-alih rutinitas seremonial, ruang lantai 12 Gedung Tamansari Parama berubah menjadi tempat tumbuhnya ide-ide segar. Art Space Day yang digelar Rabu, 25 Juni 2025, menjadi panggung bagi kreativitas, kolaborasi, dan komitmen terhadap keberlanjutan. Acara ini bukan sekadar pengisi kalender—ini adalah ajakan untuk menyalakan kembali semangat kita sebagai bagian dari perjalanan panjang perusahaan.

Dengan tema *Exploring Creativity, Embracing Sustainability*, rekan-rekan Perwira PertaLife terlibat aktif dalam berbagai aktivitas yang membangkitkan energi positif. *Wall of Fame* penuh coretan harapan, musik mengalun dari pojok ruang, dan percakapan ringan berubah menjadi ruang ide. Di balik suasana yang cair, mengalir semangat kolektif untuk terus tumbuh bersama, dengan cara yang menyenangkan namun bermakna.



## Berita Pilihan

Sorotan utama datang dari dua lomba penuh makna. Lomba Eco Brick tak hanya mengubah sampah plastik menjadi bata, tapi juga menyampaikan pesan penting: bahwa keberlanjutan adalah bagian dari DNA PertaLife Insurance. Penilaian dari jajaran Direksi menjadi bentuk nyata keseriusan perusahaan dalam mendukung inisiatif hijau. Sementara itu, lomba makan mie sehat menyuntikkan tawa dan semangat kekompakan, dibalut kepedulian lewat hasil cetak foto yang didonasikan ke panti asuhan dan kotak amal yang tersebar.

Di usia ke-40 ini, kita semua diajak merenung sejenak: bagaimana kita bisa terus berkontribusi, bukan hanya lewat angka dan target, tapi juga lewat ide, empati, dan semangat berkelanjutan? Art Space Day mengingatkan kita bahwa ruang kerja bukan hanya tempat menyelesaikan tugas, tapi juga tempat menyalakan inspirasi. Kita tak sekadar bekerja—kita membangun masa depan bersama.



## EMPAT PULUH TAHUN, Sejuta Napas Makna

Tak ada pesta tanpa tim yang bergerak dalam senyap. Di balik kemeriahan ulang tahun ke-40 PertaLife Insurance, berdirilah Haikhal Khadafi, staf Customer Relation yang ikut merancang bukan hanya acara, tapi juga pesan yang ingin disampaikan: hidup sehat, berkelanjutan, dan penuh kepedulian. “Merancang relasi itu mirip seperti merancang acara,” kata Haikhal, “harus tulus, cepat, tapi juga tepat.” Prinsip itu dibawanya dari meja layanan ke meja rapat—bahwa perayaan tak boleh berhenti di panggung. Ia harus menyentuh hati.

Tim acara tak hanya bekerja, mereka menyatu. Bekerja lintas unit, saling menutup celah, menyambung kekurangan. Tak ada yang superior, semua setara dalam semangat memberi yang terbaik. Dari donor darah, pemeriksaan kesehatan, hingga *Art Space Day* dan PertaLife Peduli—semua tersusun dalam alur yang menuntut ketahanan, komunikasi, dan rasa memiliki. Untuk pertama kalinya, panggung utama digelar di Ballroom Grha Pertamina. Di sana, kolaborasi bukan sekadar jargon, tapi kerja bersama yang menjelma jadi harmoni.

Haikhal Khadafi



## Profil

Di tengah keriuhan, satu sudut justru menyentuh paling dalam: *Wall of Fame*. Di sinilah para Perwira PertaLife menuliskan pesan dan kenangan tentang perjalanan dari Tugu Mandiri ke PertaLife Insurance. Sebuah dinding yang sepi namun sarat gema. Bagi Haikhal, ini lebih dari sekadar instalasi. “Itu museum mini perasaan,” ujarnya. Sebuah ruang hening yang mengikat semua orang dalam satu narasi bersama—tentang siapa kita, dan bagaimana kita tumbuh.

Empat puluh tahun bukan hanya perayaan usia. Ia adalah pengingat akan pentingnya berjalan bersama, menjaga ritme, dan memberi makna dalam setiap langkah. Dalam lalu-lalang target dan kesibukan, ulang tahun ini adalah jeda reflektif: apakah kita masih punya ruang untuk peduli? Karena energi sejati bukan berasal dari sorotan lampu, tapi dari semangat kolektif yang menyala di dalam tim—yang saling menopang, dan tak pernah berjalan sendiri.



# TRANSFORMASI DIMULAI DARI DALAM: Menyambut Kepemimpinan Baru PertaLife Insurance



Setiap perjalanan hebat selalu dimulai dari dalam—dari keberanian untuk berubah, dari kepercayaan yang dibangun ulang, dan dari tekad kolektif untuk menjadi lebih baik. Hari Senin, 2 Juni 2025, menjadi salah satu tonggak penting dalam perjalanan transformasi kita bersama di PertaLife Insurance.

Melalui Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa (RUPSLB), struktur pengurus perusahaan kembali diperbarui. Tapi ini bukan sekadar formalitas organisasi. Ini adalah perwujudan komitmen kita untuk terus tumbuh, memperkuat tata kelola, dan menyempurnakan arah transformasi yang berkelanjutan.

Dalam keputusan tersebut Bambang Triono kembali diamanahkan sebagai Komisaris Independen periode 2025–2028 meneguhkan kesinambungan pengawasan yang objektif dan berintegritas.

Alfa Niasari Utami ditunjuk sebagai Direktur Operasional, yang akan mulai menjalankan peran barunya setelah memperoleh persetujuan dari OJK.





Mari kita sambut formasi baru pengurus kita:

## Dewan Komisaris



Bayu Kusuma Dewanto  
Komisaris Utama



Bambang Triono  
Komisaris Independen



Haris Anwar  
Komisaris Independen



Suhendra Ratuprawiranegara\*  
Komisaris

## Dewan Direksi



Hanindio W. Hadi  
Direktur Utama



Sigit Panilih  
Direktur Keuangan & Investasi



Martino Faishal Saudi  
Direktur Pemasaran



Alfa Niasari Utami\*  
Direktur Operasional

\*efektif menjalankan tindakan, tugas, dan fungsi sebagai Pengurus Perseroan, setelah mendapat persetujuan dari OJK atas penilaian kemampuan dan kepatutan (fit & proper test) dan memenuhi peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Usai RUPSLB, seluruh Perwira PertaLife hadir dalam Town Hall Meeting—baik secara langsung maupun virtual. Tapi yang dibagikan di sana lebih dari sekadar susunan nama. Yang dibagikan adalah semangat baru, arah baru, dan harapan baru.

Direktur Utama kita, Hanindio W. Hadi, menyampaikan dengan tegas:

“Kita tidak hanya membangun bisnis, tapi juga membangun kepercayaan. Kepemimpinan baru ini akan memperkuat sinergi kita, memperluas cakupan layanan, dan menjaga relevansi PertaLife di hati masyarakat.”

Pernyataan ini bukan sekadar sambutan. Ini adalah deklarasi niat: bahwa kita siap menjadi lebih adaptif, lebih lincah, dan lebih berdampak.

Komitmen ini juga ditegaskan oleh Arief Wibowo, Direktur Utama Dana Pensiun Pertamina, pemegang saham utama kita:

Karena Perubahan Nyata Dimulai dari Kita

Kita semua adalah bagian dari narasi besar ini. Kepemimpinan yang baru adalah bagian dari orkestrasi perubahan, tapi irama simfoni sejatinya ditentukan oleh kita semua: oleh cara kita melayani, oleh cara kita bekerja, dan oleh cara kita saling menguatkan setiap hari.

Transformasi tidak hanya terjadi di rapat strategis. Ia hidup di ruang kerja, di layar laptop, di interaksi dengan pelanggan, dan dalam budaya yang kita bangun bersama. Maka mari kita sambut babak baru ini dengan antusiasme yang tulus, semangat kolaborasi yang kuat, dan keyakinan bahwa masa depan PertaLife Insurance dibentuk oleh tangan kita sendiri.



“Kami percaya pada integritas dan kapasitas tim pengurus saat ini. Dengan kolaborasi yang solid, PertaLife akan terus relevan dan kompetitif di tengah tantangan industri yang terus berubah.”

Tak ketinggalan, Bayu Kusuma Dewanto, Komisaris Utama, mengingatkan kita semua bahwa transformasi bukan hanya soal arah strategi—tetapi juga soal bagaimana kita melangkah:

“Tata kelola adalah pondasi. Transformasi hanya akan berdampak jika dibarengi dengan akuntabilitas dan inklusivitas. Mari kita kawal proses ini dengan semangat dan komitmen bersama.”

# Hidup Seimbang, Energi Maksimal

## Resep Waras di Dunia yang Terlalu Sibuk

Di tengah tuntutan kerja, distraksi digital, dan tekanan hidup yang makin menggila, banyak dari kita terjebak dalam ilusi “sehat” hanya karena tidak sedang sakit. Padahal, tubuh yang tidak sakit belum tentu bertenaga. Dan pikiran yang diam bukan berarti damai. Kesehatan yang utuh menuntut lebih dari sekadar angka di timbangan atau berapa kilometer Anda berlari minggu ini.

Menurut dokter perusahaan PertaLife Insurance, dr. Winny Artarini, “kesehatan yang seimbang dan bertenaga itu bukan soal bebas penyakit, tapi tentang bagaimana kita bisa hadir penuh secara fisik, mental, dan emosional dalam kehidupan sehari-hari.”

Sering kali orang mengira bahwa tubuh yang “fit” adalah segalanya. Salah. Anda bisa rajin nge-*gym*, punya tubuh atletis, tapi tetap merasa lesu, mudah marah, dan tidak fokus. Kenapa? Karena stamina fisik hanyalah satu bagian dari *puzzle*.

Energi berkualitas bukan ledakan tenaga sesaat yang didorong kopi atau suplemen. Energi sejati bersifat stabil, konsisten, dan alami. Ia muncul dari pola tidur yang sehat, kondisi mental yang tenang, serta pola makan dan gerak yang teratur. “Energi berkualitas memungkinkan kita bekerja tanpa kehilangan arah, tetap fokus tanpa tersesat dalam kabut stres,” jelas dr. Winny.

Kantor kerap menjadi medan perang kesehatan. Duduk 8 jam tanpa jeda. Mata terpaku layar. Makanan cepat saji jadi andalan. Kesehatan kian tergerus tanpa terasa. Yang lebih berbahaya: kita menganggap semua itu normal.

Stres kerja yang tak tertangani bisa menjelma gangguan tidur, gangguan pencernaan, hingga burnout. Burnout bukan mitos Gen Z itu nyata, menyergap siapa saja yang hidup tanpa rem dan tidak mengerti batas.

Tak berhenti di situ. Pola hidup sedentari, minim gerak, serta postur duduk yang buruk menjadi pemicu nyeri kronis pada leher, punggung, bahkan pergelangan tangan. Gejala ringan yang tak ditangani akan berkembang jadi masalah jangka panjang.

### Tiga Kebiasaan Kecil, Dampak Besar

Solusi tidak harus rumit atau mahal. Tiga kebiasaan ini bisa mengubah arah hidup Anda jika diterapkan konsisten:

1. Minum air putih cukup. Dehidrasi ringan saja bisa membuat otak lemot, suasana hati tak stabil, dan tubuh lesu. Pastikan botol air Anda tak pernah kosong di meja kerja.
2. Bergerak setiap jam. Bangkitlah dari kursi, regangkan tubuh, jalan 2 menit. Gerakan mikro ini menjaga aliran darah, mencegah kaku sendi, dan menyegarkan pikiran.
3. Bebas *gadget* setelah jam kerja. Paparan layar berlebihan menghancurkan kualitas tidur dan membanjiri otak dengan informasi tak perlu. Jadikan malam sebagai waktu detoks digital.

Gaya hidup *mindful*—penuh kesadaran—bukan tren Instagram. Itu strategi bertahan hidup di tengah arus dunia yang memburu tanpa jeda. Burnout bisa dicegah jika kita cukup peka membaca sinyal tubuh: kelelahan ekstrem, kehilangan semangat, mood tak stabil, dan sulit fokus.

*Mindfulness* memungkinkan kita mengenali gejala ini lebih dini, sehingga bisa mengambil langkah mundur sebelum benar-benar tumbang. “Kalau kita menunggu sampai tubuh berteriak, artinya sudah terlambat. Tubuh sebenarnya selalu berbisik—kita saja yang tak mendengar,” tegas dr. Winny.

Tinggalkan strategi instan: minuman energi, camilan manis, atau kopi berlapis gula. Energi alami justru datang dari makanan sederhana—buah segar, sayuran hijau, kacang-kacangan, ikan berlemak, dan biji-bijian. Tak kalah penting: tidur cukup dan stres terkendali.

Satu langkah kecil per hari jauh lebih ampuh daripada rencana besar yang tak pernah dijalankan. Jika Anda hanya punya 10 menit sehari untuk sehat? Gunakan untuk peregangan, napas dalam, dan minum air. Itu cukup untuk mencegah otot membatu, pikiran mengeras, dan energi amblas.

Baik individu maupun institusi, usia 40 adalah titik balik. Tubuh tak secepat dulu, stamina tak selentur masa 20-an. Tapi justru di usia ini, visi hidup mulai menguat. Maka, rawat tubuh dan mental seperti aset strategis. Jaga pola makan, tidur, dan terus belajar. Institusi pun perlu bertransformasi: bukan hanya kompetitif, tapi juga manusiawi.

### Kesehatan Itu Investasi, Bukan Pengeluaran

Jangan tunggu “sakit dulu baru sadar”. Waktu, energi, dan perhatian yang Anda berikan untuk kesehatan hari ini adalah investasi jangka panjang. Tidak ada bonus kerja atau pencapaian profesional yang bisa dinikmati bila tubuh dan pikiran Anda remuk.

Seimbangkan. Rawat. Dengarkan tubuh Anda. Karena kesehatan bukan soal angka, melainkan kualitas hidup yang nyatadiukur dari seberapa utuh Anda hadir dalam hidup sendiri.

“Energi sejati bukan datang dari kopi atau semangat sesaat, tapi dari keseimbangan tubuh, pikiran, dan gaya hidup yang sadar.”

- dr. Winny Artarini, dokter perusahaan PertaLife Insurance -

# TAS, TREN & TANGGUNG JAWAB

**M**eski memiliki lini bisnis tas yang kian berkembang, satu prinsip tetap dipegang teguh: pekerjaan utama di PertaLife Insurance tak boleh terganggu. Komitmen ini menjadi fondasi keseimbangan antara profesi dan passion yang dijalankan oleh Herlis Eka Puji Astuti, Supervisor Digital Innovation & Governance di divisi IT & Digitalization PertaLife Insurance.

Herlis Eka Puji Astuti tak hanya piawai di ranah digital. Supervisor Digital Innovation & Governance di PertaLife Insurance ini juga lihai meracik tren menjadi peluang lewat lini bisnis tas wanita miliknya: Sweetsista.

Namun satu hal tak bisa ditawar pekerjaan utama tetap prioritas. "Bisnis boleh jalan, tapi jangan sampai mengganggu tugas di PertaLife Insurance," kata Herlis.

Sweetsista bukan sekadar jualan tas. Ia hadir sebagai antitesis dari produk massal yang monoton. Koleksinya berani tampil nyentrik, kadang dianggap "tak lazim", namun justru itulah nilai jualnya. Tas-tas ini dibuat dari bahan kulit sintetis yang berkualitas dan mencerminkan gaya personal pemakainya, dibanderol dengan harga ramah di kantong segmen menengah ke bawah.

Mengandalkan e-commerce dan strategi digital seperti iklan, live streaming, dan kerja sama dengan affiliator, bisnis ini melaju tanpa membuat Herlis harus absen dari tanggung jawab kantor. "Sistem kerja yang kami bangun sangat terstruktur. Saya cukup kontrol saja," ujarnya.

Kini, Sweetsista bersiap ekspansi. Gudang penyimpanan mulai disiapkan di luar Jabodetabek: Semarang, Surabaya, Medan, Makassar. Semua berangkat dari keyakinan bahwa kreativitas tak boleh mengganggu profesionalisme.

"Pengalaman kerja di PertaLife Insurance justru jadi bekal mengelola bisnis ini dengan disiplin," ucap Herlis. Tas boleh penuh warna, tapi integritas tetap satu warna: konsisten.

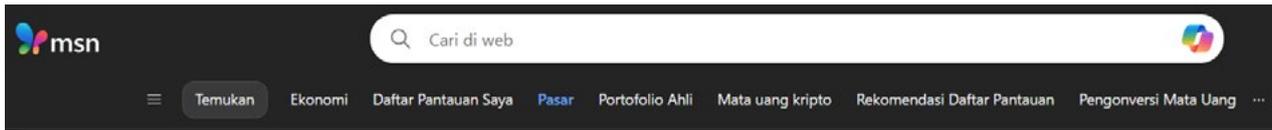


# Rekomendasi



Jiso





## Inilah 10 Unitlink Pendapatan Tetap yang Cetak Return Tertinggi pada Mei 2025

KONTAN.CO.ID - JAKARTA. Data Infovesta dalam satu bulan atau pada Mei 2025, mencatat kinerja unitlink berbasis pendapatan tetap memberikan rata-rata imbal hasil (return) sebesar 0,41%. Jika dilihat secara rinci, terdapat 10 produk unitlink pendapatan tetap yang mencetak return tertinggi pada Mei 2025.

<https://www.msn.com/id-id/ekonomi/pasarpasar/inilah-10-unitlink-pendapatan-tetap-yang-cetak-return-tertinggi-pada-mei-2025/ar-AA1H83CN?ocid=BingNewsVerp>



## Ingin Berobat di Bulan Juni 2025, Ingat 21 Penyakit Ini Tidak Ditanggung BPJS Kesehatan

TRIBUNPEKANBARU.COM - Sampai hari ini, Rabu 18 Juni 2025, BPJS Kesehatan tetap tidak menanggung 21 penyakit yang diderita oleh masyarakat Indonesia.

Diketahui BPJS Kesehatan merupakan program pemerintah yang harus diikuti oleh seluruh rakyat Indonesia.

Dengan adanya BPJS Kesehatan, maka masyarakat bisa berobat gratis dan tidak dipungut biaya sedikitpun.

[https://pekanbaru.tribunnews.com/2025/06/18/ingin-berobat-di-bulan-juni-2025-ingat-21-penyakit-ini-tidak-ditanggung-bpjs-kesehatan#google\\_vignette](https://pekanbaru.tribunnews.com/2025/06/18/ingin-berobat-di-bulan-juni-2025-ingat-21-penyakit-ini-tidak-ditanggung-bpjs-kesehatan#google_vignette)



## Turun, Pendapatan Premi Asuransi Kendaraan

KORAN - PIKIRAN RAKYAT - Pendapatan premi asuransi kendaraan bermotor mencapai Rp 7,21 triliun hingga April 2025. Jumlah ini mengalami penurunan sebesar 5,89% dibandingkan dengan periode yang sama pada tahun lalu.

Hal ini diutarakan oleh Kepala Eksekutif Pengawas Perasuransian, Penjaminan, dan Dana Pensiun (PPDP) Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Ogi Prastomiyono, seperti dikutip dari Kantor Berita Antara, Selasa 17 Juni 2025. Meski demikian, pendapatan premi lini usaha kendaraan bermotor masih mencatatkan peningkatan sebesar Rp 1,47 triliun jika dibandingkan dengan capaian pada Maret 2025.

<https://www.msn.com/id-id/berita/other/turun-pendapatan-premi-asuransi-kendaraan/ar-AA1GVg2R?ocid=BingNewsVerp>



## AAUI: Asuransi harta benda punya 'market share' terbesar di triwulan I

Jakarta (ANTARA) - Wakil Ketua Asosiasi Asuransi Umum Indonesia (AAUI) Bidang Statistik & Riset Trinita Situmeang menuturkan asuransi harta benda, asuransi kendaraan, dan asuransi kredit adalah tiga lini bisnis industri asuransi umum dengan pangsa pasar (market share) terbesar.

Ia menyampaikan lini bisnis asuransi harta benda memiliki pangsa pasar sebesar 25,9 persen, asuransi kendaraan bermotor 17,3 persen, dan asuransi kredit 13,3 persen.

"Pangsa pasar yang mendominasi dari perolehan premi industri asuransi umum di triwulan I 2025 ini masih didominasi asuransi harta benda dan asuransi kendaraan bermotor," kata Trinita Situmeang di Jakarta, Jumat.

<https://www.antaranews.com/berita/4899065/aaui-asuransi-harta-benda-punya-market-share-terbesar-di-triwulan-i>