

POTRET

PERTALIFE E-MAGAZINE
EDISI 46 | September 2025

TERBIT SETIAP BULAN



Impact That Lasts

Dari Aksi ke Perubahan Berkelanjutan

“Seperti burung kolibri yang terus mengempakkan sayap kecilnya untuk mengisap setetes nektar, setiap aksi sederhana yang kita lakukan hari ini adalah energi yang memberi kehidupan. Dari kepekaan kecil lahirlah perubahan besar yang berkelanjutan.”

Daftar Isi

04	BOD Message	16	Pojok IT	37	Tips Kesehatan
05	Topik Utama	18	Info DPLK	39	Rekomendasi
12	Transformasi Budaya	19	Berita Pilihan		
13	Suara Korporat	35	Profil		
15	Pojok Asuransi	36	Galeri Foto		

Susunan Redaksi

Pembina

Hanindio W. Hadi

Pemimpin Redaksi

Amitya B. Koesnowadi

Redaktur Pelaksana

Ratih Triutami Wijayanti, Kuntoro

Sekretaris Redaksi

Dian Herlina, Rryan Giffari Zola

Reporter

Dian Herlina, Nasrullah, Rryan Giffari Zola, Bayu Wicaksono, Adrian

Foto

Bayu Wicaksono

Editor Layout Design

Nashrullah

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

Service Excellence

Mengutamakan Kepuasan Nasabah

Professional

Bekerja dengan etika dan standar kerja yang tinggi

Integrity

Menerapkan kejujuran dan keterbukaan dalam melakukan pekerjaan

Responsibility & Trustworthy

Bertanggung jawab dan dapat dipercaya

Innovative

Berusaha mencari ide-ide baru yang dapat memberikan nilai tambah bagi Perusahaan

Teamwork

Mengutamakan kerja sama untuk mencapai tujuan bersama

Dari Redaksi



Setiap langkah yang kita ambil, sekecil apa pun, menyisakan jejak. Ada yang memudar seiring waktu, ada pula yang terus hidup, memberi manfaat bagi banyak orang. Pertanyaannya, bagaimana kita memastikan jejak yang kita tinggalkan adalah jejak yang membawa kebaikan dan bertahan lintas generasi?

Edisi POTRET September ini mengajak kita menengok kembali perjalanan setelah euforia perayaan 40 tahun PertaLife Insurance. Perayaan itu bukan garis akhir, melainkan titik awal untuk memastikan setiap inisiatif, inovasi, dan pelayanan yang telah dimulai terus berkembang, mengakar, dan memberi arti yang lebih luas.

Dampak yang bertahan lahir dari komitmen yang konsisten—dijalankan melalui budaya kerja yang kuat, keputusan yang berpihak pada keberlanjutan, serta inovasi yang relevan dengan kebutuhan zaman. Nilai *Care, Commit, Agile* menjadi kompas yang menuntun setiap insan PertaLife untuk menghadirkan manfaat yang nyata, baik bagi nasabah, mitra, maupun masyarakat.

Lewat kisah dan pengalaman yang kami hadirkan di edisi ini, kami berharap setiap Perwira PertaLife terinspirasi untuk menjadikan setiap langkah sebagai bagian dari perjalanan panjang menuju perubahan berkelanjutan. Sebab di PertaLife Insurance, kita percaya bahwa warisan terbaik bukan hanya yang dikenang, tetapi yang terus hidup, menggerakkan, dan memberi manfaat bagi generasi berikutnya. Mari kita jaga semangat ini, karena setiap aksi kita hari ini adalah fondasi bagi masa depan yang lebih baik.

Salam hangat,

Redaksi POTRET
PertaLife Insurance



■ **Sigit Panilih**
Direktur PT Perta Life Insurance

Impact That Lasts

DARI AKSI KE PERUBAHAN BERKELANJUTAN

Rekan-rekan Perwira PertaLife yang saya banggakan,

Perayaan 40 tahun PertaLife Insurance bukan sekadar momen merayakan perjalanan panjang, tetapi juga titik awal untuk menatap masa depan dengan tekad yang lebih kuat. Euforia perayaan kemarin memberi kita energi, namun yang lebih penting adalah memastikan energi itu terus hidup dan berubah menjadi langkah-langkah nyata yang berdampak jangka panjang, *Impact That Lasts*.

Dampak seperti ini bukan diukur dari besarnya panggung atau ramainya sorotan media, melainkan dari perubahan yang benar-benar mengakar dalam cara kita bekerja, budaya yang kita pelihara, serta nilai yang kita hidupi setiap hari. Dampak itu lahir dari kebijakan yang tepat sasaran, program yang relevan, pelayanan yang tulus, hingga keputusan yang berpihak pada keberlanjutan.

Transformasi yang sudah kita jalankan mulai dari inovasi layanan, digitalisasi yang inklusif, inisiatif keberlanjutan seperti Eco Enzyme, sampai penguatan kualitas SDM membuktikan bahwa kita mampu mengubah visi menjadi aksi, dan aksi menjadi perubahan yang memberi manfaat melampaui hari ini.

Keberhasilan sejati, bagi saya, adalah ketika nilai *Care, Commit, Agile* tidak hanya menjadi slogan, tetapi benar-benar menjadi landasan di setiap langkah yang kita ambil. Dengan konsistensi, setiap pencapaian yang kita raih akan berkembang menjadi warisan yang hidup, menginspirasi, dan memberi manfaat lintas generasi.

Namun, saya percaya bahwa perubahan yang bertahan hanya bisa tercapai jika seluruh Perwira PertaLife ikut berperan aktif. Setiap kita memiliki andil untuk memastikan apa yang kita mulai hari ini akan terus bergema di masa depan, menggerakkan lebih banyak pihak, memperluas manfaat, dan meninggalkan jejak positif yang tidak lekang oleh waktu.

Mari kita teruskan perjalanan ini dengan keyakinan bahwa setiap langkah, sekecil apa pun, jika dijalankan dengan niat tulus dan nilai yang benar, akan membentuk *Impact That Lasts* – dampak yang tak hanya dirasakan hari ini, tetapi juga diwariskan sebagai bagian dari masa depan PertaLife Insurance yang lebih baik.

Impact That Lasts

Bukan Sekadar Jejak Singkat

Dampak sejati tidak diukur dari sorot lampu panggung atau ramainya ucapan selamat. Ia terlihat dari perubahan yang terus hidup, memberi manfaat jauh setelah momen perayaan berlalu. Dalam dunia korporasi, sering kali keberhasilan dianggap sebagai puncak yang dirayakan. Namun, organisasi yang visioner memahami bahwa keberhasilan sejati adalah yang mampu melahirkan *Impact That Lasts* — dampak yang bertahan, melintasi waktu, dan menjadi landasan untuk melangkah lebih jauh.

Terlalu banyak contoh di mana pencapaian besar berhenti pada seremoni semata. Padahal, seharusnya keberhasilan menjadi titik awal dari rangkaian aksi lanjutan yang konsisten, relevan, dan berorientasi pada perubahan berkelanjutan. Apa yang kita nikmati hari ini adalah buah dari keputusan yang tepat, nilai yang kita pegang teguh, dan budaya kerja yang kita jalani setiap hari.

Direktur Utama PertaLife Insurance, Hanindio W. Hadi, merangkumnya dengan tepat:

"Dampak yang bertahan bukanlah kebetulan. Ia lahir dari komitmen kolektif, aksi yang konsisten, berpihak pada keberlanjutan, dan dikerjakan dengan hati."

Edisi Majalah POTRET kali ini menjadi penghubung antara visi dan pelaksanaannya di lapangan. Kita akan melihat bagaimana setiap direktorat mulai dari strategi, operasional, hingga layanan pelanggan, menerjemahkan visi perusahaan menjadi perubahan nyata yang dapat diukur.

Impact That Lasts – Dari Aksi ke Perubahan Berkelanjutan adalah undangan terbuka bagi kita semua untuk melangkah lebih dari sekadar kata-kata. Ini tentang membangun langkah yang menanamkan manfaat jangka panjang.

Di halaman-halaman berikut, Anda akan menemukan kisah-kisah nyata dari para pemimpin dan insan PertaLife dari program keberlanjutan seperti Eco Enzyme, inovasi digital yang inklusif, hingga transformasi proses kerja dan layanan. Semua membuktikan bahwa aksi yang dijalankan dengan nilai *Care, Commit, Agile* akan bergema jauh melampaui pencapaian sesaat.

Inilah saatnya melihat setiap langkah yang kita ambil hari ini bukan hanya untuk dikenang, tetapi untuk diwariskan. Karena warisan terbaik bukanlah yang sekadar tersimpan dalam cerita, melainkan yang terus memberi arti, menginspirasi, dan menggerakkan.



Hanindio W. Hadi

Direktur Utama
PT Perta Life Insurance



■ Amitya B. Koesnowadi

VP Corporate Secretary
PT Perta Life Insurance

Menjaga Reputasi Tetap Hidup, Membangun Dampak yang Berkelanjutan

Dalam dunia korporasi, reputasi bukanlah sesuatu yang terbentuk sekali lalu selamanya aman. Hal tersebut ibarat tanaman hidup yang harus terus dipelihara dengan tindakan nyata. Reputasi lahir dari rangkaian aksi konsisten yang melibatkan seluruh insan perusahaan mulai dari cara mengambil keputusan, berinteraksi dengan pemangku kepentingan, hingga bagaimana kita menyampaikan informasi kepada publik.

Bagi saya, reputasi yang berkelanjutan hanya dapat terjaga ketika tata kelola perusahaan yang kuat berjalan beriringan dengan komunikasi yang terbuka, jujur, dan relevan. *Governance* dan komunikasi ibarat dua sisi mata uang yang saling menguatkan dan tidak bisa dipisahkan. Tanpa tata kelola yang kokoh, komunikasi kehilangan bobotnya. Sebaliknya, tanpa komunikasi yang baik, tata kelola kehilangan daya pengaruhnya.

Tema *Impact That Lasts* mengingatkan kita untuk mengarahkan setiap langkah pada dampak positif yang bertahan lama, bukan sekadar menyelesaikan masalah sesaat. Di bidang yang saya tangani, ini berarti memastikan setiap program komunikasi dan keterbukaan informasi memberikan nilai tambah bagi semua pihak membangun kepercayaan, mengurangi risiko, dan memperkuat citra PertaLife Insurance di mata publik.

Menciptakan dampak berkelanjutan menuntut keberanian untuk bersikap tegas, bahkan di tengah situasi penuh tantangan. Dibutuhkan transparansi dalam menghadapi masalah, konsistensi menjalankan komitmen, serta keselarasan antara ucapan dan tindakan. Inilah fondasi yang membuat reputasi tetap hidup jauh melampaui momen seremonial.

Saya percaya, warisan terbesar yang bisa kita tinggalkan adalah kepercayaan yang tidak pernah padam. Kepercayaan itu dibangun bukan hanya dari pencapaian besar yang terlihat, tetapi dari kebiasaan sehari-hari yang dijalankan dengan benar. Di Corporate Secretary, inilah yang kami upayakan setiap hari—memastikan setiap aksi yang kami lakukan hari ini menjadi pijakan kokoh untuk perubahan bermakna di masa depan.



■ Taufik

VP Finance and Accounting
PT Perta Life Insurance

Menjadikan Angka Bernilai, Membangun Dampak yang Bertahan

Di dunia keuangan, angka sering kali dianggap sebagai titik akhir laporan yang tersusun rapi, rasio yang memenuhi target, dan capaian yang terlihat jelas di atas kertas. Namun bagi saya, angka hanyalah pintu masuk. Di baliknya ada kisah tentang pilihan strategis, risiko yang diantisipasi, dan nilai yang ingin kita wujudkan bersama.

Impact That Lasts dalam fungsi keuangan berarti mengelola sumber daya bukan hanya demi stabilitas hari ini, tetapi juga demi keberlanjutan di masa depan. Setiap anggaran, alokasi, dan investasi harus melewati pertimbangan bukan hanya soal keuntungan jangka pendek, tetapi juga dampak jangka panjangnya bagi perusahaan dan seluruh pemangku kepentingan.

Mencapai perubahan yang berkelanjutan menuntut dua hal penting: disiplin dan keberanian. Disiplin untuk menjaga akurasi, transparansi, dan akuntabilitas di setiap proses. Keberanian untuk menyalurkan dana dan membuat kebijakan yang mendorong pertumbuhan jangka panjang - mulai dari inovasi layanan, transformasi digital, hingga penguatan tata kelola.

Bagi saya, peran divisi keuangan jauh melampaui sekadar mengawasi biaya atau menjaga neraca tetap seimbang. Fungsi keuangan adalah penggerak strategis yang membantu organisasi mengambil langkah besar, tetapi tetap terukur, demi menciptakan nilai yang bertumbuh dan bertahan.

Warisan terbaik dari fungsi keuangan bukan sekadar saldo yang sehat di laporan akhir tahun, melainkan ekosistem yang mampu membiayai dan menopang perubahan. Dengan begitu, setiap rupiah yang kita kelola hari ini menjadi benih yang menumbuhkan peluang baru, membawa manfaat yang relevan dan berkelanjutan untuk masa depan PertaLife Insurance.



Christina Eka Kurnia

VP Customer Engagement and Service
PT Perta Life Insurance

Kesan Abadi dari Layanan Konsisten

“Senyum hangat mungkin membuka pintu, tetapi konsistensi yang membuat orang memilih untuk tetap tinggal.”

Prinsip sederhana ini selalu relevan dalam dunia layanan. Dalam industri asuransi, di mana kepercayaan menjadi fondasi, setiap interaksi memiliki arti penting. Di PertaLife Insurance, filosofi tersebut diwujudkan melalui semangat *Impact That Lasts* menciptakan pengalaman yang bukan hanya sesaat, melainkan meninggalkan kesan abadi.

Memberikan layanan tidak berhenti pada penyelesaian keluhan atau sekadar menjawab pertanyaan. Yang lebih penting adalah bagaimana setiap nasabah merasa dihargai, dimengerti, dan didampingi. Sebab pada akhirnya, nasabah tidak hanya membeli produk, tetapi juga mencari rasa aman, kepastian, dan pendampingan dalam perjalanan hidup mereka.

Sering kali, perubahan besar justru lahir dari hal-hal sederhana. Respon cepat yang membuat nasabah merasa diperhatikan. Informasi akurat yang memberi kepastian. Akses layanan yang mudah yang menghemat waktu. Dan tentu saja, empati tulus yang menegaskan bahwa di balik sistem dan prosedur, ada manusia yang benar-benar peduli.

Jika semua ini dilakukan secara konsisten, kepercayaan akan tumbuh dengan sendirinya. Hubungan dengan nasabah pun berkembang, dari sekadar transaksi menjadi ikatan yang lebih dalam.

Layanan yang berdampak jangka panjang juga menuntut kemampuan untuk mendengar. Umpan balik dari nasabah menjadi bahan bakar bagi perbaikan berkelanjutan. Sementara itu, teknologi membantu PertaLife Insurance menghadirkan solusi yang lebih personal, cepat, dan efisien. Sinergi antara sentuhan manusiawi dan inovasi teknologi inilah yang memperkuat posisi PertaLife Insurance di hati nasabah.

Warisan terbaik dalam layanan bukanlah kepuasan sesaat, melainkan loyalitas jangka panjang. Saat nasabah dengan sukarela dan bangga merekomendasikan PertaLife Insurance kepada orang lain, *Impact That Lasts* benar-benar terwujud. Itulah wujud nyata layanan yang mampu mengubah pengalaman menjadi hubungan, dan hubungan itu menjadi kepercayaan yang bertahan lama.

Pada akhirnya, konsistensi adalah kunci. Senyum hangat mungkin menciptakan kesan pertama, tetapi kesetiaan nasabah lahir dari ketulusan dan perhatian yang diberikan berulang kali. Dari situlah tercipta kesan abadi kesan yang akan selalu diingat, bahkan jauh setelah interaksi berakhir.

Memasarkan dengan Nilai, Menciptakan Dampak yang Bertahan

Pemasaran yang efektif bukan sekadar memastikan orang mengenal *brand* kita hari ini. Lebih dari itu, pemasaran harus mampu membuat pesan yang kita sampaikan tetap relevan, menginspirasi, dan membekas di benak orang, bahkan bertahun-tahun ke depan.

Bagi saya, *Impact That Lasts* dalam dunia pemasaran berarti membangun strategi yang tidak hanya fokus pada pencapaian target jangka pendek, tetapi juga menciptakan persepsi positif yang berkelanjutan. Semua itu dimulai dari pemahaman yang mendalam tentang siapa nasabah kita, apa yang mereka butuhkan, dan bagaimana kita dapat memberikan solusi yang benar-benar memberi nilai tambah dalam kehidupan mereka.

Perubahan berkelanjutan dalam pemasaran lahir dari kemampuan untuk beradaptasi, menangkap tren baru tanpa kehilangan identitas dan jati diri brand. Setiap kampanye yang dijalankan harus menjadi bagian dari narasi besar PertaLife Insurance, yang menghubungkan momen-momen kecil menjadi pengalaman bermakna bagi nasabah.

Keberhasilan pemasaran bagi saya adalah keberhasilan seluruh fungsi tanpa terkecuali. Kita harus bahu-membahu mendapatkan kepercayaan *customer (customer trust)* dan memberikan kepuasan bagi *customer (customer satisfaction)*. Ketika pesan yang kita bawa mampu memotivasi, menumbuhkan kepercayaan, dan membangun hubungan yang hangat, itulah saat pemasaran benar-benar menciptakan dampak yang sesungguhnya. Selain itu, dampak paling nyata dari pemasaran yang tulus dan relevan adalah terciptanya loyalitas *customer*.

Pemasaran yang berorientasi nilai juga berkontribusi pada *sustainable growth* perusahaan. Pertumbuhan yang berkelanjutan hanya dapat tercapai bila strategi pemasaran tidak sekadar mengejar hasil instan, melainkan membangun fondasi jangka panjang yang sehat dan stabil. Dari sana, perusahaan mampu meraih premi yang menguntungkan secara konsisten, sehingga keberlangsungan bisnis tetap terjaga sekaligus memberikan manfaat optimal bagi *stakeholder*.

Warisan terbaik seorang pemasar adalah meninggalkan jejak yang membuat orang mengingat dan menghargai *brand* kita, bahkan lama setelah kampanye berakhir. Karena itu, setiap langkah pemasaran yang kita ambil harus diarahkan untuk membangun hubungan yang tulus, menanamkan nilai, dan menciptakan dampak yang tidak hanya bertahan, tetapi juga berkembang seiring waktu.

Subekti Yudianto

VP Corporate and Retail Marketing
PT Perta Life Insurance



■ Enda Perimsa Sitepu

VP Captive Marketing
PT Perta Life Insurance

Menguatkan Sinergi, Menghadirkan Dampak Berkelanjutan

Pertumbuhan captive market yang stabil tidak terjadi begitu saja. Di baliknya ada kekuatan kolaborasi, kejelasan visi, dan komitmen jangka panjang yang menjadikannya salah satu penggerak penting kinerja PertaLife Insurance.

Bagi tim Captive Marketing, menjaga portofolio hanyalah satu bagian dari pekerjaan. Yang tak kalah penting adalah membangun peluang baru melalui hubungan jangka panjang dengan para mitra strategis. “Bagi kami, captive market bukan sekadar kanal distribusi, melainkan ekosistem yang hidup. Keberhasilannya bergantung pada komitmen untuk menjaga kepercayaan mitra, menghadirkan solusi yang relevan, dan selalu beradaptasi dengan perubahan kebutuhan,” jelas Enda

Sepanjang 2024, tim Captive Marketing berhasil mencatat pertumbuhan premi dan mempertahankan loyalitas mitra melalui pendekatan customized solution, solusi yang dirancang khusus mengikuti karakteristik masing-masing entitas di Pertamina Group dan afliasinya. Pendekatan ini memastikan bahwa setiap solusi bukan hanya menjawab kebutuhan jangka pendek, tetapi juga mendukung pencapaian tujuan jangka panjang mitra.

Selaras dengan semangat *Impact That Lasts*, Captive Marketing melihat setiap langkah kerja sebagai investasi hubungan. Mulai dari proses negosiasi, penyusunan paket produk, hingga pendampingan teknis—semuanya diarahkan untuk menciptakan nilai bersama yang berkelanjutan. “Kepercayaan dibangun dari konsistensi. Karena itu, setiap interaksi dengan mitra adalah kesempatan untuk menunjukkan profesionalisme, integritas, dan nilai tambah,” tambah Enda.

Ke depan, Captive Marketing akan terus memperluas sinergi lintas fungsi, memanfaatkan data dan teknologi untuk memperdalam analisis kebutuhan mitra, serta mengembangkan inovasi produk yang relevan dengan perubahan industri. Dengan begitu, captive market tidak hanya menjadi sumber pertumbuhan, tetapi juga lokomotif perubahan yang memberikan dampak positif bagi PertaLife Insurance dan seluruh mitra strategisnya.



■ Luh Ayu Santi Utamidewi

VP Operation & Claim
PT Perta Life Insurance

Mengawal Proses, Menghadirkan Kepastian

Bagi PertaLife Insurance, Divisi Operation & Claim bukanlah sekedar rangkaian prosedur administratif. Disinilah janji perusahaan diwujudkan untuk membawa nasabah dari ketidakpastian menuju kepastian, dari masalah menuju solusi yang adil dan tuntas.

"Setiap proses klaim adalah momen krusial. Di situlah kepercayaan nasabah dipertaruhkan, sehingga setiap langkah harus mencerminkan integritas, kecepatan, dan ketelitian," tegas Santi, VP Operation & Claim.

Sepanjang 2024, Operation & Claim memperkuat fondasi layanan melalui *end-to-end process improvement*. Langkah ini mencakup digitalisasi dokumen, integrasi data lintas unit, dan otomasi alur verifikasi—semuanya dirancang untuk mempercepat penyelesaian sekaligus meningkatkan akurasi. Perubahan ini bukan hanya mempermudah tim internal, tetapi juga memberikan pengalaman yang lebih baik bagi nasabah.

Selaras dengan semangat *Impact That Lasts*, setiap klaim dipandang bukan sekedar kewajiban finansial yang harus dibayarkan, melainkan kesempatan untuk memperkuat hubungan jangka panjang dengan nasabah. Pendekatan humanis tetap menjadi kunci—menggabungkan kekuatan teknologi dengan sentuhan personal di setiap titik interaksi. "Keberhasilan kami tidak hanya diukur dari seberapa cepat klaim dibayarkan, tetapi dari bagaimana kami membuat nasabah merasa didengar, dipahami, dan dilayani secara tuntas," tambah Santi.

Kedepannya, Operation & Claim akan terus melakukan inovasi. Mulai dari pemanfaatan *predictive analytics* untuk mengantisipasi potensi kendala sebelum terjadi, pengembangan kanal komunikasi *real-time*, hingga membangun sistem monitoring yang transparan bagi seluruh pemangku kepentingan. Dengan langkah ini, janji layanan PertaLife Insurance tidak hanya terpenuhi hari ini, tetapi terus memberi dampak nyata hingga masa depan.



Budaya Kolaborasi: Dampak yang Bertahan, Nilai yang Terus Berkembang

Bagi PertaLife Insurance, legacy bukan hanya diukur dari capaian finansial atau deretan penghargaan yang terpajang. Warisan terbesar yang ingin dijaga dan diteruskan justru terletak pada budaya kerja yang mengakar kuat di setiap insan PertaLife. Salah satu nilai terpenting itu adalah budaya kolaborasi—cara bekerja yang berlandaskan keterbukaan, rasa saling percaya, dan dukungan lintas fungsi.

Budaya ini lahir dari kesadaran bahwa keberhasilan jangka panjang tidak dibangun oleh individu yang berjalan sendiri, melainkan oleh tim yang melangkah selaras menuju tujuan bersama. Kolaborasi memungkinkan ide bergerak bebas tanpa batas, menghubungkan beragam perspektif, dan mempercepat lahirnya inovasi yang relevan bagi nasabah serta keberlanjutan perusahaan.

"Kolaborasi yang sehat bukan hanya mempercepat pekerjaan, tetapi juga membangun rasa kepemilikan bersama. Ketika setiap orang merasa menjadi bagian dari solusi, dampaknya akan bertahan jauh melampaui proyek atau target tahunan," ungkap Nathalia, VP HC & BS.

Transformasi budaya kolaborasi di PertaLife Insurance diwujudkan dalam berbagai inisiatif: mulai dari forum lintas divisi, proyek bersama yang menggabungkan keahlian berbeda, hingga program pembelajaran bersama yang mendorong pertukaran pengetahuan. Nilai-nilai seperti keterbukaan, saling menghargai, dan komitmen untuk mendukung rekan kerja telah menjadi "aturan tak tertulis" yang dijaga dan diwariskan dari generasi ke generasi.

Dalam semangat *Impact That Lasts*, kolaborasi adalah energi yang terus menghidupkan organisasi. Ia bukan sekadar strategi kerja, melainkan warisan nilai yang memberi ruang bagi inovasi untuk tumbuh, membangun kepercayaan yang kokoh, dan memastikan keberhasilan yang berkelanjutan.



Mangaranap Rabejka Nathalia

VP HC & BS PT Perta Life Insurance

Dampak yang Bertahan, Membangun Masa Depan

Dalam perjalanan panjang sebuah institusi, ada momen yang bukan sekadar perayaan, tetapi juga titik refleksi. Momen untuk menatap ke depan dengan langkah yang lebih mantap. *Impact That Lasts* mengingatkan kita bahwa setiap langkah harus membawa nilai yang bertahan—baik dalam budaya kerja, kinerja bisnis, maupun inovasi yang memberi manfaat berkelanjutan. Seperti yang disampaikan Sigit Panilih, Direktur Keuangan & Investasi PertaLife Insurance:

"Pencapaian adalah titik, tapi dampak adalah garis yang terus bergerak. Yang terpenting adalah memastikan garis itu tetap hidup dan relevan di setiap generasi."

Bagi PertaLife Insurance, dampak yang bertahan terwujud dalam tiga pilar utama:

1. Budaya Kerja yang Memberdayakan

Budaya kerja bukan sekadar slogan yang terpampang, melainkan kebiasaan yang melekat dalam setiap proses dan keputusan. Disiplin, integritas, dan empati menjadi fondasi yang membangun rasa memiliki di antara seluruh Perwira PertaLife.

"Budaya yang hidup akan terus menjadi energi positif yang mendorong kita untuk memberi layanan terbaik, bahkan di tengah perubahan," ujar Mahatma, VP Corporate Strategic Growth.

2. Kinerja yang Memberi Nilai Jangka Panjang

Kinerja sejati tidak hanya dinilai dari target yang tercapai, tetapi dari manfaat yang dirasakan pemangku kepentingan dalam jangka panjang.

"Pengelolaan dana dan layanan harus memberi hasil optimal bagi nasabah, bukan hanya untuk tahun ini, tapi hingga masa pensiun mereka. Itulah warisan yang ingin kami tinggalkan," tegas Tomy Zulfikar, Pengurus DPLK PertaLife.

3. Inovasi yang Memperkuat Keberlanjutan

Teknologi menjadi motor penggerak yang menjaga keberlanjutan. Ia memastikan proses yang efisien, aman, dan adaptif terhadap perkembangan zaman.

"Setiap inovasi IT yang kami hadirkan dirancang bukan hanya untuk mempermudah hari ini, tetapi juga membangun fondasi yang kokoh untuk masa depan," kata Jhoni, VP IT & Digitalization.



Dampak sejati tidak berhenti saat program berakhir atau target tahunan tercapai. Ia hidup dalam bentuk perubahan perilaku, sistem, dan nilai yang terus menginspirasi langkah berikutnya. Setiap inisiatif yang dijalankan PertaLife Insurance adalah investasi jangka panjang untuk membangun fondasi yang kokoh bagi keberlanjutan perusahaan, perlindungan peserta, dan kesejahteraan masyarakat.

Dengan komitmen pada integritas, inovasi, dan kolaborasi, PertaLife Insurance memastikan setiap langkah hari ini meninggalkan jejak bermakna bagi esok. *Impact That Lasts* bukan sekadar slogan, tetapi kompas yang menuntun seluruh insan perusahaan untuk terus menciptakan nilai yang relevan, berkelanjutan, dan memberi manfaat nyata lintas generasi.

Warisan yang Tidak Diam, Tapi Terus Menggerakkan

Warisan sejati tidak berhenti sebagai cerita di masa lalu. Ia terus hidup, menggerakkan langkah, dan memberi arah bagi masa depan. Di PertaLife Insurance, *legacy* yang kami bangun terwujud dalam empat jejak utama:

Jejak 1 – Nilai yang Hidup

Bukan sekadar tertulis di dokumen, tetapi dihidupi setiap hari lewat integritas, kolaborasi, dan profesionalisme.

Jejak 2 – Dampak yang Terukur

Keberhasilan dinilai dari perubahan nyata yang dihasilkan, bukan hanya angka atau target di laporan.

Jejak 3 – Keberlanjutan yang Nyata

Setiap langkah hari ini relevan untuk masa depan menjangkau masyarakat, menjaga lingkungan, dan membangun kepercayaan.

Jejak 4 – Inspirasi yang Mewariskan

Menginspirasi generasi berikutnya untuk terus berinovasi, menjaga nilai, dan memperkuat keberlanjutan perusahaan.

Impact That Lasts di Industri Asuransi: Dari Perlindungan Hari Ini ke Keberlanjutan Masa Depan

Dalam industri asuransi, keberhasilan tidak hanya diukur dari berapa banyak polis yang terjual atau seberapa besar premi yang terkumpul. Keberhasilan sejati adalah ketika perlindungan yang kita berikan hari ini mampu membangun rasa aman yang bertahan, memberi manfaat yang relevan, dan memperkuat kepercayaan nasabah untuk jangka panjang.

Bagi PertaLife Insurance, *Impact That Lasts* berarti memastikan setiap produk, layanan, dan inovasi tidak berhenti pada pencapaian sesaat, tetapi menjadi investasi jangka panjang—baik bagi nasabah, industri, maupun masyarakat. Setelah perayaan HUT ke-40, PertaLife Insurance mempertegas komitmen ini melalui tiga pilar utama: inovasi, kolaborasi, dan tata kelola yang baik.

Inovasi Produk yang Relevan

Endah Wasis, Dept. Head of Strategic & Product Development, menegaskan bahwa keberlanjutan produk menjadi fokus utama. “Kami memastikan inovasi produk selalu relevan dengan kebutuhan masa kini dan mampu menjawab tantangan masa depan. Bahkan, kami mulai mengembangkan produk berbasis ESG untuk menjangkau segmen yang peduli pada keberlanjutan,” ujarnya. Produk-produk *legacy* juga terus diperbarui agar tetap kompetitif di tengah dinamika pasar.

Layanan Klaim yang Cepat dan Humanis

Santi, VP Operation & Claim, melihat proses klaim sebagai momen krusial yang sangat mempengaruhi loyalitas nasabah. “Tantangannya adalah memberikan pelayanan yang cepat dan efisien tanpa kehilangan sentuhan personal. Teknologi membantu kami mempercepat proses, tetapi empati tetap menjadi inti dari setiap interaksi,” jelasnya.

Transformasi Digital yang Berkelanjutan

Jhoni, VP IT, menyampaikan bahwa digitalisasi layanan menjadi salah satu kunci keberlanjutan. “Pasca-HUT ke-40, kami memperluas pemanfaatan teknologi, termasuk integrasi AI untuk proses klaim dan pelayanan nasabah. Kami juga memperkuat keamanan data agar nasabah merasa aman bertransaksi secara digital,” katanya.

Menanggapi Isu Terkini Industri

Di tengah regulasi baru OJK yang menekankan perlindungan konsumen dan literasi keuangan, PertaLife Insurance menganggap edukasi sebagai bagian dari pelayanan. Upaya meningkatkan literasi asuransi bagi milenial dan Gen Z dilakukan melalui kampanye edukatif di kanal digital, sehingga penetrasi pasar bisa terus berkembang.

Selain itu, strategi pengelolaan dana asuransi juga disesuaikan dengan kondisi makroekonomi seperti inflasi dan perubahan suku bunga, sehingga manfaat bagi peserta tetap optimal.

Perlindungan yang Meninggalkan Jejak

Impact That Lasts dalam industri asuransi bukan sekadar memberi perlindungan untuk hari ini, melainkan membangun masa depan yang lebih aman dan berkelanjutan. Dengan inovasi yang relevan, pelayanan yang tulus, dan pemanfaatan teknologi yang cerdas, PertaLife Insurance berkomitmen untuk terus meninggalkan jejak positif yang bisa dirasakan lintas generasi.

Digitalisasi Asuransi:

Menciptakan Dampak yang Bertahan dari Inovasi Teknologi

Transformasi digital di industri asuransi bukan lagi sekadar mengikuti tren teknologi, melainkan strategi jangka panjang untuk menciptakan nilai nyata bagi nasabah dan keberlanjutan perusahaan. Di PertaLife Insurance, digitalisasi diarahkan tidak hanya pada efisiensi, tetapi juga peningkatan pengalaman nasabah, keamanan data, dan pengembangan produk inovatif yang relevan dengan kebutuhan masyarakat.

Menjadikan Digitalisasi sebagai Strategi Jangka Panjang

Menurut Jhoniansyah Pura, VP IT & Digitalization, setiap inisiatif digital di PertaLife Insurance diselaraskan dengan *roadmap* strategis perusahaan. “Transformasi digital selalu dikaitkan dengan tujuan strategis seperti peningkatan efisiensi operasional, penguatan pengalaman nasabah, dan pembukaan peluang pertumbuhan bisnis baru,” ujarnya. PertaLife Insurance juga berinvestasi besar dalam literasi digital, reskilling SDM, serta kolaborasi dengan regulator, asosiasi, dan penyedia jasa IT, agar solusi yang diterapkan tetap relevan dan berkelanjutan.

Hal senada disampaikan Doan Banjar Nainggolan, DH Digital & Affinity, bahwa digitalisasi harus fokus pada kebutuhan nyata, khususnya captive market Pertamina Group. “MyPertaLife dirancang bukan hanya aplikasi keren, tapi platform yang mempermudah akses polis, klaim, dan pembelian produk secara digital dengan sistem yang scalable dan patuh regulasi OJK,” jelasnya.

Antisipasi Ancaman Siber

Keamanan menjadi aspek krusial dalam transformasi digital. Jhoniansyah menegaskan, PertaLife Insurance mengadopsi pendekatan *Zero Trust Architecture*, memastikan setiap sistem baru dirancang dengan prinsip *security by design*. Perusahaan juga mengoperasikan *Security Operations Center* dengan dukungan *AI-driven monitoring* serta *threat intelligence* mutakhir.

Banjar menambahkan, PertaLife Insurance mengimplementasikan tata kelola data ketat sesuai UU PDP dan regulasi OJK. “Kami menerapkan 2FA, OTP, enkripsi data, serta kolaborasi dengan Pertamina EIT dan vendor terpercaya seperti Qontak. Selain itu, edukasi internal dilakukan agar karyawan siap mengenali risiko serangan siber,” ungkapnya.

Integrasi AI untuk Personalisasi

Artificial Intelligence (AI) dipandang sebagai kunci personalisasi layanan nasabah. Jhoniansyah menjelaskan, AI dimanfaatkan untuk *customer profiling*, analisis pola interaksi, hingga *predictive analytics* yang memprediksi kebutuhan proteksi nasabah di masa depan. “Ke depan, AI membantu membangun 360° *customer view* sehingga rekomendasi produk lebih relevan dan spesifik,” katanya.

Banjar menyoroti peran *Chatbot AI* berbasis NLP di WhatsApp yang menjadi *frontliner* layanan PertaLife. *Chatbot* tidak hanya menjawab FAQ, tetapi juga mengarahkan nasabah ke MyPertaLife untuk klaim, pembelian, maupun perubahan data. Integrasi lintas *platform* akan menjadikan *chatbot* sebagai *virtual assistant* yang memudahkan binding polis, cek saldo DPLK, hingga memantau klaim secara instan.

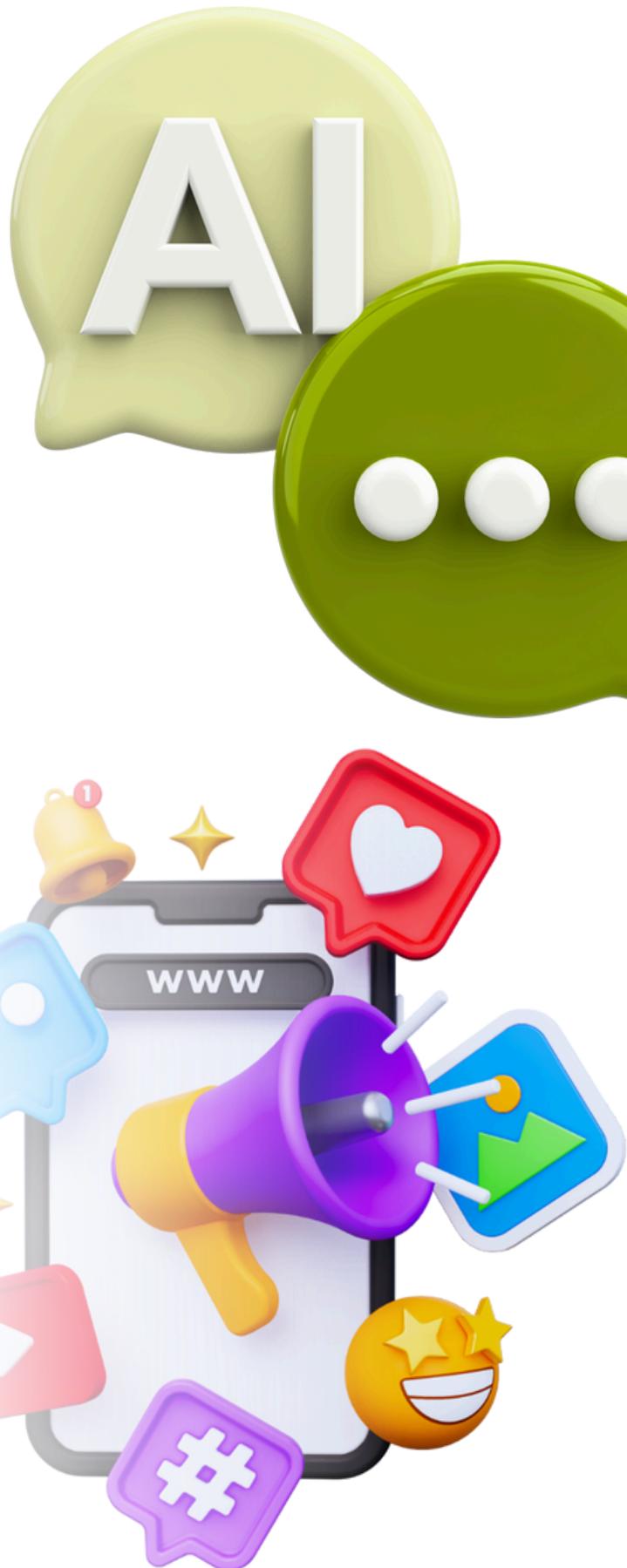
Digitalisasi dalam Proses Klaim dan Pengembangan Produk

Menurut Santi, VP Operation & Claim, teknologi memberi percepatan signifikan dalam proses klaim. “Dengan *e-claim*, SLA bisa berkurang hingga 50%, nasabah juga dapat melacak klaim melalui *dashboard* digital. Teknologi ini meningkatkan efisiensi, transparansi, sekaligus kepercayaan nasabah,” jelasnya. Selain itu, *predictive analytics* menjadi bagian RJPP divisi Operation & Claim untuk mendeteksi potensi fraud lebih dini, sambil tetap menjaga sentuhan humanis melalui komunikasi empati kepada nasabah.

Dari sisi produk, Endah Wasis, DH Strategic & Product Development, menyebut digitalisasi mendorong inovasi produk yang lebih fleksibel, instan, dan personal. “Digitalisasi asuransi adalah menciptakan ekosistem asuransi yang lebih cepat, mudah diakses, transparan, dan sesuai kebutuhan nasabah, sehingga tidak hanya tentang memindahkan proses manual ke *online*,” ujarnya.

Membuka Akses dan Meningkatkan Literasi

Endah juga menekankan bahwa digitalisasi berperan penting dalam meningkatkan literasi dan penetrasi asuransi di Indonesia, yang masih rendah. “Digitalisasi mempunyai peran yang cukup penting dalam meningkatkan penetrasi asuransi di Indonesia yang mempunyai masalah utama, keterbatasan akses, literasi yang rendah, proses rumit, dan biaya yang tinggi.” jelasnya.



Dana Pensiun yang Memberi Dampak: Menyiapkan Masa Depan, Mewariskan Keamanan Finansial

Program dana pensiun bukan sekadar tabungan masa tua, melainkan fondasi untuk menciptakan *Impact That Lasts* bagi generasi mendatang. Melalui Dana Pensiun Lembaga Keuangan (DPLK) PertaLife, perusahaan berkomitmen menghadirkan solusi keuangan berjangka panjang yang relevan dengan kebutuhan peserta hari ini, sekaligus adaptif menghadapi dinamika ekonomi di masa depan.

Relevansi dan Inovasi Layanan

Menurut Wargjani, DH DPLK PertaLife, relevansi program dijaga melalui variasi pilihan investasi sesuai profil risiko peserta serta inovasi digital. “Kami terus mengembangkan layanan edukasi dan literasi dana pensiun agar masyarakat semakin sadar pentingnya merencanakan masa depan sejak dini,” jelasnya. Kehadiran aplikasi digital seperti SiPerdana, yang kini bertransformasi menjadi *MyPertaLife Super Apps*, menjadi bukti nyata upaya menghadirkan layanan yang mudah diakses, cepat, transparan, dan personal bagi peserta.

Edukasi untuk Meningkatkan Partisipasi

Salah satu tantangan besar di sektor dana pensiun adalah rendahnya tingkat partisipasi masyarakat. DPLK PertaLife menanggapi hal ini dengan memperkuat edukasi publik mengenai pentingnya menabung pensiun sejak dini, sekaligus menawarkan biaya yang kompetitif dan layanan digital yang praktis. Dengan cara ini, masyarakat luas, termasuk generasi muda, dapat lebih mudah menjangkau dan memahami manfaat dana pensiun.

Digitalisasi untuk Transparansi dan Kepuasan Peserta

Digitalisasi membuka jalan bagi layanan yang lebih transparan dan akuntabel. Peserta kini dapat memantau saldo secara *real-time*, mengakses informasi investasi, hingga menggunakan simulasi perencanaan pensiun melalui aplikasi. Transformasi digital ini bukan hanya menjawab kebutuhan kecepatan, tetapi juga meningkatkan kepercayaan peserta melalui keterbukaan informasi.

Strategi Menghadapi Tantangan Ekonomi dan Regulasi

Dinamika inflasi dan ketidakpastian ekonomi global menjadi tantangan nyata. Untuk itu, DPLK PertaLife menyediakan simulasi perencanaan pensiun, menjaga keterbukaan informasi, serta menyesuaikan strategi investasi secara hati-hati sesuai regulasi terbaru OJK. Pendekatan ini memastikan manfaat pensiun tetap optimal dan berdaya guna dalam berbagai kondisi ekonomi.

Komitmen Jangka Panjang

Lebih dari sekadar pengelolaan dana, DPLK PertaLife berkomitmen menciptakan dampak jangka panjang yang bermanfaat bagi peserta lintas generasi. Dengan tata kelola yang kuat, literasi berkelanjutan, dan inovasi digital, DPLK hadir sebagai mitra terpercaya dalam menyiapkan masa depan sekaligus mewariskan keamanan finansial bagi keluarga peserta.

PERTALIFE INSURANCE DUKUNG KETOPRAK FINANCIAL 2025: KOMITMEN DI INDUSTRI KEUANGAN DAN AKSI SOSIAL MELALUI SENI BUDAYA



Jakarta - PertaLife Insurance kembali menunjukkan peran aktifnya di industri keuangan dengan berpartisipasi dalam “Ketoprak Financial – Pangeran Sambernyawa” yang digelar di Gedung Kesenian Jakarta (GKJ) pada Rabu, 30 Agustus 2025. Acara tahunan ini mempertemukan para direksi dan komisaris dari berbagai lembaga jasa keuangan – mulai dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Lembaga Penjamin Simpanan (LPS), perbankan, asuransi, multifinance, hingga pasar modal – dalam sebuah pertunjukan seni budaya, sekaligus menjadi bagian dari aksi sosial melalui penggalangan dana untuk Yayasan Anak Asuh Kita.



Seluruh jajaran Direksi PertaLife Insurance turut tampil sebagai pemain dalam panggung ketoprak ini, sebagai bentuk nyata keterlibatan perusahaan dalam ekosistem industri keuangan yang kolaboratif, humanis, dan penuh nilai kebersamaan lintas lembaga.



Pertunjukan "Pangeran Sambernyawa" sendiri mengangkat kisah perjuangan dan gejolak sejarah Mataram Surakarta pada abad ke-18, menampilkan tokoh-tokoh penting seperti Gubernur Jenderal VOC, Sunan Paku Buwono II & III, Pangeran Mangkubumi, hingga Pangeran Said Suryokusumo atau Pangeran Sambernyawa. Cerita terbagi dalam lima adegan yang menggambarkan intrik politik, perjuangan melawan tekanan VOC, serta kebangkitan nilai-nilai kepemimpinan dan keberpihakan kepada rakyat. Unsur budaya, sejarah, dan semangat perjuangan dibalut dalam dialog yang komunikatif dan menghibur, menjadikan ketoprak ini bukan hanya hiburan, tetapi juga pengingat akan nilai-nilai luhur bangsa.



Direktur PertaLife Insurance, Alfa Niasari Utami, menyampaikan bahwa keikutsertaan ini merupakan wujud konsistensi perusahaan dalam memperkuat sinergi dan kontribusi sosial di tengah dinamika industri keuangan. “Kami percaya bahwa keberlanjutan tidak hanya ditentukan oleh performa bisnis, tetapi juga oleh relasi yang hangat dan kontribusi nyata kepada masyarakat. Melalui kegiatan ini, kami tidak hanya menjalin kolaborasi lintas sektor, tetapi juga turut ambil bagian dalam upaya kemanusiaan dan pelestarian budaya,” ujar Alfa Niasari.



Senada dengan hal tersebut, Head of Corporate Communication PertaLife Insurance, Ratih Triutami Wijayanti, menambahkan bahwa “Partisipasi kami dalam Ketoprak Financial bukan sekadar tampil di atas panggung, melainkan refleksi nyata dari semangat kolaborasi dan kepedulian sosial di lingkungan industri keuangan. Lewat seni budaya, kami ingin membawa nilai-nilai keteladanan, kepemimpinan, dan pengabdian kepada masyarakat – yang juga menjadi spirit kami di PertaLife Insurance.”

Acara ini diproduksi oleh Indonesia Media Network bekerja sama dengan Infobank, Rumah Budaya Indonesia 2045, dan Yayasan Anak Asuh Kita. Selain mempererat silaturahmi antar pelaku industri, kegiatan ini juga menjadi bentuk inovasi pendekatan komunikasi publik yang menyentuh, inspiratif, dan bermakna.

PERTALIFE INSURANCE RAIH EMPAT PENGHARGAAN DALAM INFOBANK INSURANCE APPRECIATION 2025



Jakarta – PT Perta Life Insurance kembali mencetak prestasi membanggakan dengan meraih empat penghargaan bergengsi dalam ajang 26th Infobank Insurance Appreciation 2025 yang digelar di Jakarta. PertaLife Insurance dinobatkan sebagai:

- *The Best Performance Life Insurance Company (Gross Premium IDR 250 Billion to < IDR 1 Trillion)*
- *The Best Performance Life Insurance Company in 5 Consecutive Years (2020–2024)*
- *Life Insurance With The Biggest Gross Premium Growth*
- *The Excellent Performance Life Insurance Company (Gross Premium IDR 250 Billion to < IDR 1 Trillion)*

Penghargaan ini diserahkan langsung dalam rangkaian acara Non-Bank Financial Forum 2025, yang mengangkat tema “Pengawasan dan Pengaturan untuk Pertumbuhan Industri Asuransi dan Pembiayaan yang Sehat & Berkelanjutan.

Hanindio W. Hadi, Direktur Utama PertaLife Insurance, menyampaikan apresiasi atas penghargaan ini. “Capaian ini merupakan hasil kerja keras seluruh insan PertaLife Insurance dalam menghadirkan layanan perlindungan terbaik bagi masyarakat. Kami percaya bahwa keberlanjutan perusahaan hanya dapat dicapai dengan tata kelola yang baik, inovasi produk yang relevan, dan budaya kinerja tinggi yang terus kami jaga. Kinerja positif kami sepanjang tahun 2024 menjadi bukti nyata bahwa strategi transformasi yang kami jalankan berjalan di jalur yang tepat,” ujar Hanindio.

Pada tahun 2024, PertaLife Insurance mencatat kinerja cemerlang. Raihan premi bruto tercatat sebesar Rp1,252 triliun, melampaui target Rencana Kerja dan Anggaran Perusahaan (RKAP) sebesar Rp1,087 triliun atau tumbuh 15,16% secara tahunan. Kinerja ini juga mencerminkan kenaikan premi sebesar 38,73% dibandingkan tahun 2023, didorong oleh strategi ekspansi produk dan penetrasi pasar yang optimal, khususnya melalui produk anuitas, endowment combined, dan whole life.



Penghargaan ini diserahkan langsung dalam rangkaian acara Non-Bank Financial Forum 2025, yang mengangkat tema “Pengawasan dan Pengaturan untuk Pertumbuhan Industri Asuransi dan Pembiayaan yang Sehat & Berkelanjutan.

Hanindio W. Hadi, Direktur Utama PertaLife Insurance, menyampaikan apresiasi atas penghargaan ini. “Capaian ini merupakan hasil kerja keras seluruh insan PertaLife Insurance dalam menghadirkan layanan perlindungan terbaik bagi masyarakat. Kami percaya bahwa keberlanjutan perusahaan hanya dapat dicapai dengan tata kelola yang baik, inovasi produk yang relevan, dan budaya kinerja tinggi yang terus kami jaga. Kinerja positif kami sepanjang tahun 2024 menjadi bukti nyata bahwa strategi transformasi yang kami jalankan berjalan di jalur yang tepat,” ujar Hanindio.

Pada tahun 2024, PertaLife Insurance mencatat kinerja cemerlang. Raihan premi bruto tercatat sebesar Rp1,252 triliun, melampaui target Rencana Kerja dan Anggaran Perusahaan (RKAP) sebesar Rp1,087 triliun atau tumbuh 15,16% secara tahunan. Kinerja ini juga mencerminkan kenaikan premi sebesar 38,73% dibandingkan tahun 2023, didorong oleh strategi ekspansi produk dan penetrasi pasar yang optimal, khususnya melalui produk anuitas, endowment combined, dan whole life.



PERTALIFE INSURANCE DAN PERUM PERHUTANI DIVISI REGIONAL JAWA TIMUR TEKEN KERJA SAMA PERLINDUNGAN ASURANSI TENAGA PRODUKSI

Surabaya - PT Perta Life Insurance (PertaLife Insurance) dan Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Timur resmi menjalin kerja sama pengadaan asuransi bagi tenaga kerja bidang Produksi Tebangan dan Tempat Penimbunan Kayu (TPK) tahun 2025. Penandatanganan perjanjian kerja sama ini berlangsung di Ruang Cendana, Kantor Perhutani Divisi Regional Jawa Timur pada (4/08/2025) dan disaksikan langsung oleh jajaran manajemen dari kedua belah pihak.

Melalui kolaborasi ini, PertaLife Insurance akan memberikan perlindungan asuransi bagi lebih dari 4.590 tenaga kerja, yang terdiri dari 3.230 tenaga tebangan dan 1.360 tenaga TPK, sebagai bentuk komitmen terhadap kesejahteraan dan perlindungan pekerja di sektor kehutanan.

Direktur Pemasaran PertaLife Insurance, Martino Faishal Saudi, menyampaikan apresiasi atas kepercayaan Perum Perhutani. "Amanah ini menjadi wujud nyata komitmen kami untuk memberikan perlindungan optimal bagi para pekerja—mulai dari asuransi dasar hingga manfaat tambahan yang melindungi keluarga di saat paling dibutuhkan. Angka 4.590 bukan hanya jumlah, tetapi mencerminkan kepercayaan dan tanggung jawab besar yang kami emban sebagai bagian dari BUMN yang melayani dengan hati," ujar Martino dalam sambutannya.

Kepala Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Timur, Wawan Triwibowo, juga menyambut baik kerja sama ini sebagai langkah penting dalam meningkatkan perlindungan tenaga kerja, sekaligus memperkuat sinergi antar BUMN. Ia berharap kerja sama ini dapat menjadi contoh kolaborasi yang berkelanjutan di sektor kehutanan dan asuransi.

Sebagai bagian dari Pertamina Group, PertaLife Insurance terus memperluas perannya dalam menghadirkan solusi perlindungan menyeluruh bagi individu dan institusi. Dengan pengalaman lebih dari 40 tahun, perusahaan ini menawarkan beragam produk asuransi jiwa, asuransi kesehatan, serta program dana pensiun yang kompetitif dan adaptif terhadap kebutuhan pasar.

Acara juga dihadiri oleh jajaran manajemen Perhutani, termasuk Wakil Kepala Divisi Regional Jawa Timur Bapak Suratno, Kadep PSDH dan Produksi Bapak Joko Santoso, serta jajaran tim PBJ dan Legal.



DPLK PERTALIFE DAN TPPI TANDATANGANI PERJANJIAN KERJA SAMA DANA KOMPENSASI PASCAKERJA



Jakarta – PT Trans-Pacific Petrochemical Indotama (TPPI) dan Dana Pensiun Lembaga Keuangan (DPLK) PertaLife secara resmi menandatangani Perjanjian Kerja Sama Dana Kompensasi Pascakerja. Seremoni penandatanganan berlangsung pada (6/08/2025) di Ruang Rapat B, Lantai 11, Gedung Menara Sentraya, Jakarta.

Kerja sama ini bertujuan mendukung pengelolaan kesejahteraan karyawan secara profesional dan berkelanjutan melalui produk Dana Kompensasi Pascakerja yang dikelola oleh DPLK PertaLife.

“Kami menyambut kerja sama ini sebagai langkah nyata untuk memberikan kepastian dan perlindungan jangka panjang bagi karyawan TPPI, bahkan setelah berakhirnya masa kerja mereka,” ujar Iman Syafirman, Direktur Utama TPPI.

“Kami menyambut baik kerja sama antara TPPI dan DPLK PertaLife sebagai bagian dari upaya kami dalam menghadirkan solusi perlindungan berkelanjutan bagi tenaga kerja Indonesia. Melalui DPLK PertaLife, PertaLife Insurance berkomitmen untuk mendukung pengelolaan dana pascakerja yang aman, transparan, dan berorientasi pada kesejahteraan peserta,” ujar Haninido W. Hadi, Direktur Utama PertaLife Insurance.

“Kolaborasi ini mencerminkan komitmen kami dalam memperkuat hubungan jangka panjang antara pelaku industri dan lembaga pengelola dana pensiun. Kami percaya kerja sama ini memberikan nilai tambah bagi kedua belah pihak,” ungkap Deny Kuriniawan selaku Pengurus Bisnis dan Kepatuhan DPLK PertaLife.

“Terima kasih atas kepercayaan yang diberikan TPPI kepada DPLK PertaLife. Sebagai bagian dari PertaLife Insurance, kami berkomitmen untuk mengelola Dana Kompensasi Pascakerja secara prudent, profesional, dan sesuai prinsip tata kelola yang baik,” tambah Ratih Triutami Wijayanti, Head of Corporate Communication PertaLife Insurance.

Melalui kemitraan strategis ini, TPPI dan DPLK PertaLife memperkuat peran aktif dalam menciptakan sistem perlindungan dan kesejahteraan kerja yang berkelanjutan bagi tenaga kerja Indonesia.





PERTALIFE INSURANCE DAN KEMENTERIAN KOPERASI RI TANDATANGANI MOU STRATEGIS UNTUK PERKUAT PROGRAM KOPERASI DESA MERAH PUTIH

Jakarta – PT Perta Life Insurance secara resmi menandatangani Nota Kesepahaman (*MoU*) dengan Kementerian Koperasi Republik Indonesia. Kolaborasi ini merupakan langkah strategis dalam memperkuat perlindungan dan pemberdayaan koperasi, khususnya melalui Program Koperasi Desa Merah Putih.

Melalui MoU ini, kedua belah pihak sepakat untuk mengembangkan sinergi dalam dua fokus utama: pemanfaatan produk asuransi jiwa yang dirancang sesuai kebutuhan koperasi, serta pengembangan peluang bisnis lain yang mendukung kesejahteraan pengurus, pengawas, anggota, dan seluruh unsur koperasi.



“MoU ini adalah bentuk nyata komitmen kami untuk menghadirkan perlindungan asuransi yang inklusif dan berdampak. Kami percaya bahwa koperasi adalah salah satu pilar penting dalam memperkuat ekonomi nasional. Melalui kerja sama ini, PertaLife Insurance ingin menjadi mitra strategis dalam perjalanan pemberdayaan koperasi di Indonesia,” ujar Haninido W. Hadi, Direktur Utama PertaLife Insurance.



Kerja sama ini juga mendapatkan dukungan penuh dari jajaran manajemen PertaLife Insurance. “Kami percaya bahwa kolaborasi ini bukan hanya memberikan nilai tambah secara bisnis, tetapi juga memperkuat dampak sosial yang berkelanjutan. Terima kasih kepada Kementerian Koperasi dan seluruh pihak yang telah memberikan kepercayaan dan dukungan atas terwujudnya MoU ini,” ujar Ratih Triutami Wijayanti, Head of Corporate Communication PertaLife Insurance.

Penandatanganan MoU ini dilaksanakan di *Ballroom* Lantai 12, Gedung Tamansari Parama Boutique Office, Jakarta, pada (7/08/2025) dan dihadiri oleh jajaran pejabat dari Kementerian Koperasi RI serta manajemen PertaLife Insurance. Kolaborasi ini diharapkan menjadi fondasi kerja sama jangka panjang yang produktif dan berdampak nyata bagi koperasi di seluruh Indonesia.



PERTALIFE INSURANCE SELENGGARAKAN WORKSHOP FUNDAMENTAL LIFE INSURANCE BATCH 2 - PENGUATAN KOMPETENSI ASURANSI JIWA UNTUK SDM PROFESIONAL

Jakarta – PT Perta Life Insurance (PertaLife Insurance) kembali menyelenggarakan *Workshop Fundamental Life Insurance Batch 2* pada 14–15 Agustus 2025. Kegiatan ini merupakan bagian dari komitmen perusahaan dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia (SDM) di sektor perasuransian, dengan mengusung topik utama “Pengantar Asuransi Jiwa dan Operasional Perusahaan Asuransi Jiwa” yang difasilitasi oleh Asosiasi Ahli Manajemen Asuransi Indonesia (AAMAI).

Workshop ini diikuti oleh Perwira PertaLife dari divisi dan departemen terkait, khususnya yang berhubungan langsung dengan operasional, klaim, produk, hingga pelayanan nasabah. Melalui kegiatan ini, para peserta diperkuat pemahamannya terkait konsep dasar asuransi jiwa, operasional perusahaan asuransi, serta kesiapan menuju sertifikasi Asosiasi Ahli Asuransi Jiwa Indonesia (AAAIJ) sebagai standar kompetensi profesional.

Direktur Utama PertaLife Insurance, Hanindio W. Hadi, menegaskan bahwa penyelenggaraan *workshop* ini merupakan bagian penting dari *roadmap* penguatan SDM. “PertaLife Insurance percaya bahwa keberlanjutan industri asuransi jiwa sangat ditentukan oleh kualitas SDM. Melalui *workshop* ini, kami ingin memastikan seluruh peserta mendapat pemahaman komprehensif sekaligus motivasi untuk terus meningkatkan kompetensi, sehingga mampu memberikan layanan perlindungan terbaik bagi masyarakat,” ujarnya.





Dari perspektif operasional, Nurhafila Linanda dari Life Claim Department menyampaikan bahwa penguasaan dasar asuransi jiwa sangat penting dalam mendukung proses klaim. “Klaim adalah momen krusial bagi pemegang polis. Dengan pemahaman fundamental yang kuat, SDM PertaLife Insurance lebih siap memastikan hak nasabah terpenuhi dengan tepat, transparan, dan berlandaskan prinsip perlindungan konsumen,” jelasnya.

Sementara itu, Ratih Triutami Wijayanti, Head of Corporate Communication PertaLife Insurance, menambahkan bahwa *workshop* ini juga merupakan bagian dari strategi penguatan reputasi dan kredibilitas perusahaan. “Peningkatan kapasitas internal tidak hanya berdampak pada kualitas layanan, tetapi juga memperkuat positioning PertaLife Insurance sebagai perusahaan yang profesional dan terpercaya. Ini sekaligus menegaskan komitmen kami untuk terus berinvestasi pada pengembangan SDM dan tumbuh bersama nasabah serta industri,” tuturnya.

Dengan terselenggaranya program ini, PertaLife Insurance menegaskan komitmennya dalam meningkatkan literasi, kompetensi, dan profesionalisme asuransi di Indonesia, sejalan dengan arah kebijakan OJK dalam pengembangan SDM sektor jasa keuangan.



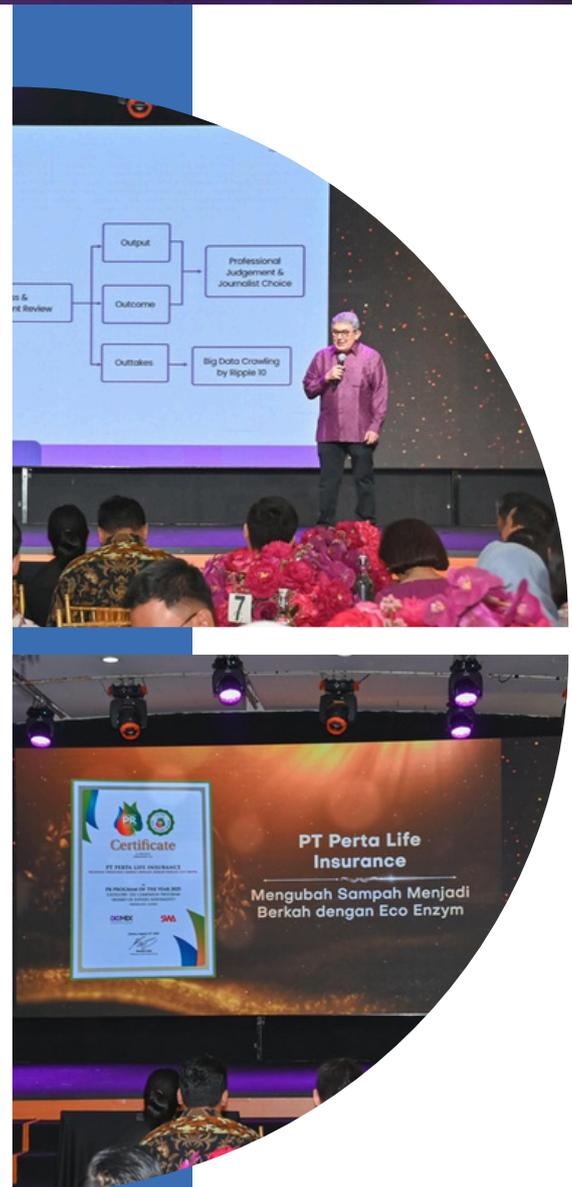
PERTALIFE INSURANCE RAIH EMPAT PENGHARGAAN DI INDONESIA PR OF THE YEAR 2025



Jakarta – PT Perta Life Insurance meraih prestasi membanggakan dengan menyabet empat penghargaan pada ajang bergengsi Indonesia *PR of The Year 2025* yang diselenggarakan oleh Majalah MIX MarComm, bagian dari SWA Media Group pada (14/08/2025). Ajang ini merupakan penghargaan tahunan yang menjadi barometer pengakuan terhadap program dan praktisi Public Relations terbaik di Indonesia.

Berdasarkan hasil penilaian, PT Perta Life Insurance dinyatakan sebagai salah satu penerima penghargaan pada ajang ini. Adapun penghargaan yang diraih meliputi:

- *Indonesia PR Program of The Year 2025 (Board of Judges Assessment)* untuk kategori *Internal PR Program* melalui program *Leadership Talks* dengan predikat *Good*.
- *Indonesia PR Program of The Year 2025 (Board of Judges Assessment)* untuk kategori *ESG Campaign Program* melalui program *Mengubah Sampah Menjadi Berkah dengan Eco Enzyme* dengan predikat *Good*.
- *Indonesia PR Practitioner of The Year 2025 (Board of Judges Assessment)* untuk kategori *Spokesperson* yang diberikan kepada Ratih Triutami Wijayanti, Head of Corporate Communication PertaLife Insurance.
- *Indonesia PR Program of The Year 2025 (Engagement Index)* untuk kategori *Internal PR Program* melalui program *Leadership Talks*. Untuk kategori ini, SWA Media Group bekerja sama dengan Ivsight mengukur *outtakes* dari program-program yang dijalankan perusahaan melalui analisis media sosial.



Direktur Utama PertaLife Insurance, Hanindio W. Hadi, menyampaikan apresiasinya, “Penghargaan ini merupakan wujud pengakuan terhadap kerja keras tim dalam membangun komunikasi yang berdampak positif, baik di internal maupun eksternal perusahaan. Kami akan terus berinovasi, berkolaborasi, dan memberikan kontribusi nyata bagi masyarakat.”



Mewakili PertaLife Insurance, Ratih Triutami Wijayanti, mengungkapkan, “Kami berterima kasih kepada Majalah MIX MarComm dan SWA Media Group atas apresiasi ini. Penghargaan ini menjadi motivasi untuk terus meningkatkan kualitas program komunikasi dan memastikan bahwa setiap inisiatif yang dijalankan memberikan nilai tambah bagi *stakeholder*.”

Sementara itu, Kemal E. Gani, Chairman of SWA Media Group, menambahkan, “*Indonesia PR of The Year* menjadi wadah bagi para praktisi komunikasi untuk berbagi inspirasi dan praktik terbaik. Kami berharap pencapaian ini dapat mendorong PertaLife Insurance dan perusahaan lain untuk semakin kreatif dan adaptif dalam menghadapi tantangan komunikasi di era yang terus berubah.”

Penilaian penghargaan ini dilakukan oleh dewan juri yang terdiri dari:

- Dr. Hifni Alifahmi, M.Si – Pemerhati Komunikasi Korporat, Public Relations, Komunikasi Pemasaran, dan Branding.
- Adita Irawati – Senior Advisor Kantor Komunikasi Kepresidenan Republik Indonesia.
- Dr. A. Edhy Aruman – Pemimpin Redaksi mix.co.id, Senior Editor SWA Media Group, dan Dosen LSPR Communications and Business Institute.
- Dyah Hasto – Pengamat dunia pemasaran, penulis buku komunikasi pemasaran.

Penghargaan diberikan pada acara *Indonesia PR Communication Forum 2025* yang mengusung tema “*PR Beyond Communication*”, di Auditorium & Performance Hall Prof. Dr. Djayusman, LSPR Institute of Communication & Business, Jakarta. Acara ini dihadiri oleh para profesional PR, akademisi, dan perwakilan media nasional, sekaligus menjadi ajang berbagi wawasan, *networking*, dan kolaborasi.



DPLK PERTALIFE RAYAKAN HUT KE-32 DENGAN SEMANGAT "EMPOWERING HEALTHY AND HAPPY RETIREMENT"



Jakarta – Dana Pensiun Lembaga Keuangan (DPLK) PertaLife merayakan hari jadinya yang ke-32 pada tanggal 16 Agustus 2025 dan diselenggarakan pada hari Jumat, 22 Agustus 2025. Perayaan ini mengusung tema “*Empowering Healthy and Happy Retirement*”, yang sejalan dengan komitmen DPLK dalam mendorong persiapan pensiun yang sehat dan bahagia bagi seluruh peserta.



Rangkaian kegiatan HUT dimulai dengan senam bersama SKJ di *lobby* kantor Pertamina - Gedung Perwira, Jl. Medan Merdeka, Jakarta Pusat, yang diikuti oleh seluruh Perwira PertaLife dan DPLK PertaLife. Setelah itu, acara dilanjutkan dengan pemotongan tumpeng yang dihadiri oleh Direksi PertaLife selaku pendiri dan para pengurus DPLK.



Sebagai wujud kepedulian sosial, perayaan ini juga menghadirkan kegiatan Jumat Berkah yang dilaksanakan di depan Kantor PertaLife Insurance, Tamansari Parama Boutique Office, Jl. KH Wahid Hasyim, Menteng, Jakarta Pusat. Dalam kegiatan ini, makanan yang tersedia didistribusikan kepada *Office Boy* (OB) dan petugas keamanan gedung (*security*) sebagai bentuk apresiasi dan kebersamaan, juga warga sekitar gedung.

Deny Kuriniawan, selaku Pengurus Bidang Bisnis dan Kepatuhan DPLK PertaLife, menyampaikan, "HUT ke-32 ini menjadi pengingat bahwa DPLK PertaLife terus konsisten mendampingi masyarakat dalam mempersiapkan masa pensiun yang sehat, mandiri, dan sejahtera. Kami ingin memastikan bahwa setiap peserta dapat merasakan manfaat nyata dari program pensiun yang kami kelola."

Hanindio W. Hadi, Direktur Utama PertaLife Insurance, menambahkan, "Sebagai pendiri DPLK PertaLife, kami bangga melihat kiprah DPLK yang telah melampaui tiga dekade. Ke depan, sinergi DPLK dengan PertaLife Insurance akan terus diperkuat untuk memberikan nilai tambah bagi peserta, baik dalam aspek finansial maupun kesehatan."

Sementara itu, Ratih Triutami Wijayanti, Head of Corporate Communication PertaLife Insurance, menegaskan pentingnya momentum HUT ini untuk memperkuat komunikasi dengan seluruh pemangku kepentingan, "Perayaan HUT bukan hanya seremoni, tetapi juga sarana untuk menyampaikan pesan penting kepada peserta dan publik bahwa PertaLife Insurance dan DPLK PertaLife hadir dengan program yang relevan dan bermanfaat. Kami akan terus mengedepankan literasi keuangan dan kampanye gaya hidup sehat melalui berbagai kanal komunikasi."

Dengan perayaan HUT ke-32 ini, DPLK PertaLife menegaskan kembali perannya sebagai mitra terpercaya dalam menyiapkan hari tua yang sehat, mandiri, dan bahagia.



PROTEKSI UNTUK MASA DEPAN: PERTALIFE INSURANCE DI MYPERTAMINA PASAR RAKYAT 2025

Tangerang – PT PertaLife Insurance berpartisipasi dalam ajang MyPertamina Pasar Rakyat 2025 yang digelar di Tangcity Mall, Tangerang pada 23 – 24 Agustus 2025. Kehadiran ini merupakan bagian dari sinergi ONE Pertamina untuk memberikan nilai tambah kepada masyarakat melalui literasi, inklusi, dan edukasi keuangan.

Booth PertaLife Insurance menghadirkan berbagai aktivitas, mulai dari literasi keuangan dasar, games interaktif, hingga gimmick menarik yang membuat pengunjung terlibat aktif. Aktivasi ini menjadi cara kreatif untuk menyampaikan pesan bahwa proteksi finansial adalah fondasi keberlanjutan hidup keluarga.

Direktur Utama PertaLife Insurance, Hanindio W. Hadi, menegaskan bahwa partisipasi ini tidak sekadar hadir, tetapi juga membawa misi besar bagi keberlanjutan finansial masyarakat. “Melalui sinergi ONE Pertamina, kami ingin semakin dekat dengan masyarakat. Proteksi bukan sekadar produk, melainkan langkah penting untuk keberlanjutan hidup keluarga Indonesia. Dengan literasi keuangan yang sederhana dan mudah dipahami, kami berharap semakin banyak masyarakat yang siap menghadapi risiko di masa depan.”

Pernyataan Hanindio sejalan dengan respon positif dari masyarakat yang hadir. Salah satunya datang dari Amirudin, seorang pengunjung *booth*, yang mengaku antusias dengan cara PertaLife Insurance menyampaikan edukasi keuangan. “Awalnya saya hanya ingin melihat-lihat, tapi *booth* PertaLife ternyata seru. Saya dapat penjelasan soal proteksi yang mudah dimengerti, ikut *games*, dan bawa pulang hadiah. Jadi belajar keuangan terasa ringan sekaligus menyenangkan.”

Melengkapi hal tersebut, Ratih Triutami Wijayanti, Head of Corporate Communication PertaLife Insurance, menjelaskan bahwa konsep *booth* memang dirancang bukan sekadar informatif, tetapi juga inspiratif. “Kami merancang *booth* ini bukan sekadar tempat informasi, tetapi ruang pengalaman. Harapannya, setiap orang yang datang pulang dengan pemahaman baru tentang pentingnya proteksi, serta kesadaran bahwa keberlanjutan finansial dimulai dari keputusan proteksi hari ini.”

PERTALIFE INSURANCE RAIH INDONESIA BEST LIFE INSURANCE 2025 DARI WARTA EKONOMI



Jakarta – PT Perta Life Insurance kembali menorehkan prestasi membanggakan dengan meraih penghargaan *Indonesia Best Life Insurance 2025 for Strengthening Internal Capacity to Expand Insurance Service Scope* pada kategori Life Insurance, Total Assets 1–5T. Penghargaan ini diberikan dalam ajang *Indonesia Best Insurance Awards 2025* yang diselenggarakan oleh Warta Ekonomi di pada (27/08/2025).

Penghargaan ini menjadi pengakuan atas keberhasilan PertaLife Insurance dalam memperkuat kapasitas internal sekaligus memperluas cakupan layanan perlindungan bagi masyarakat. “Penghargaan ini merupakan bukti nyata dari kerja keras seluruh insan PertaLife Insurance dalam menghadirkan layanan perlindungan terbaik kepada masyarakat. Sebagai bagian dari ekosistem Pertamina Group, kami berkomitmen untuk terus mendukung reputasi dan kinerja grup melalui inovasi, tata kelola yang baik, serta kontribusi positif bagi kesejahteraan masyarakat,” ungkap Alfa Niasari Utami, Direktur Operasional PT Perta Life Insurance.

Sementara itu, Muhamad Ihsan, CEO & Chief Editor Warta Ekonomi Group, menegaskan bahwa penghargaan ini diberikan kepada perusahaan yang tidak hanya tangguh secara finansial, tetapi juga konsisten dalam memperkuat fondasi internal untuk pertumbuhan berkelanjutan. “PertaLife Insurance kami nilai mampu menjaga ketahanan sekaligus memperluas cakupan layanan proteksi bagi masyarakat. Prestasi ini menjadi inspirasi bagi industri untuk terus berinovasi dan relevan dengan kebutuhan publik,” jelasnya.

Hal senada disampaikan Ratih Triutami Wijayanti, Head of Corporate Communication PertaLife Insurance, menyebut bahwa pencapaian ini menjadi momentum penting dalam memperkuat posisi perusahaan di mata publik. “Penghargaan ini tidak hanya membawa nama PertaLife Insurance, tetapi juga turut menjaga branding positif Pertamina Group. Kami ingin terus hadir sebagai perusahaan asuransi jiwa terpercaya yang memberikan nilai tambah bagi pemegang polis dan seluruh *stakeholder*,” tuturnya.

Dengan penghargaan ini, PertaLife Insurance semakin meneguhkan langkahnya untuk memberikan layanan perlindungan yang relevan, terpercaya, dan berkelanjutan, sekaligus memperkuat kontribusi dalam mendukung kinerja dan reputasi Pertamina Group.



DPLK PERTALIFE: DAMPAK JANGKA PANJANG, KEPERCAYAAN YANG DIBANGUN



■ Wargiani

DH of Pension Marketing
DPLK PertaLife

Selain itu, premi yang dikelola dengan tepat akan memberikan hasil optimal yang menguntungkan perusahaan, sekaligus memperkuat pondasi dana pensiun. Keberhasilan ini bukan hanya soal angka, tetapi tentang bagaimana premi tersebut kembali dalam bentuk nilai tambah bagi peserta dan keberlangsungan bisnis.

Di sisi lain, loyalitas *customer* adalah aset terbesar yang kami miliki. Dengan menghadirkan layanan yang transparan, mudah diakses, dan relevan dengan kebutuhan, kami mampu menjaga kepercayaan nasabah, bahkan hingga mereka memasuki masa pensiun. Loyalitas inilah yang menjadi kunci keberlanjutan DPLK PertaLife.

Fokus utama kami adalah tiga hal: keberlanjutan investasi dengan prinsip kehati-hatian, peningkatan literasi keuangan agar peserta lebih sadar pentingnya persiapan pensiun, serta layanan berbasis digital yang memudahkan akses kapan saja dan di mana saja.

Bagi saya, memimpin di DPLK PertaLife adalah perjalanan untuk menciptakan warisan positif. Sebuah warisan yang menghadirkan masa depan finansial yang aman, inklusif, dan berkelanjutan bagi setiap generasi, sekaligus memperkuat posisi DPLK PertaLife sebagai mitra terpercaya di industri dana pensiun.

Perjalanan karier dimulai sejak 1994 di DPLK Tugu Mandiri. Dari berbagai posisi yang pernah dijalani, berbagai pelajaran dan pengalaman akan pentingnya manajemen risiko serta perencanaan jangka panjang. Dari situlah menyadari bahwa dana pensiun adalah instrumen strategis untuk menciptakan masa depan yang aman dan sejahtera.

Kesempatan bergabung dengan DPLK PertaLife menjadi momentum berharga. *Impact That Lasts* berarti menghadirkan rasa aman di masa pensiun sekaligus menanamkan nilai jangka panjang bagi peserta. Berbeda dengan DPLK lainnya, DPLK PertaLife selalu memberikan komitmen dalam layanan *personalized*, profesional, dan transparan. Didukung *governance* yang kuat, teknologi digital, serta tim investasi yang berpengalaman, kami hadir bukan hanya sebagai pengelola dana, tetapi juga mitra terpercaya peserta dan perusahaan.

Kami percaya bahwa pertumbuhan berkelanjutan (*sustainable growth*) hanya dapat tercapai jika dana kelolaan tidak hanya tumbuh sehat bagi perusahaan, tetapi juga memberi manfaat nyata bagi peserta. Itulah mengapa strategi investasi kami selalu menyeimbangkan aspek keuntungan dan keberlanjutan.

Galeri Foto



MENJAGA KESEHATAN UNTUK MASA DEPAN: INVESTASI SEUMUR HIDUP

Banyak orang masih melihat sehat hanya sebatas tidak sakit. Padahal, menurut para ahli, kesehatan adalah perjalanan panjang yang dampaknya tidak hanya dirasakan hari ini, tetapi juga membentuk kualitas hidup di masa depan. Inilah yang dimaksud dengan *Impact That Lasts*: setiap langkah kecil yang kita lakukan hari ini akan memberi pengaruh jangka panjang, bukan hanya untuk diri sendiri, melainkan juga keluarga dan lingkungan sekitar.

Melihat kesehatan sebagai sebuah investasi menjadi penting, karena tubuh yang sehat adalah modal utama untuk meraih produktivitas, kebahagiaan, dan tujuan hidup. Sama seperti investasi finansial, investasi pada kesehatan akan memberi "dividen" berharga berupa umur panjang dengan kualitas hidup yang lebih baik. Lantas, apa saja kebiasaan sehat yang bisa dilakukan sejak dini agar manfaatnya terasa di masa depan? Jawabannya sederhana: menjaga pola makan seimbang, rutin berolahraga, tidur cukup, menghindari rokok dan alkohol, serta merawat kesehatan mental. Kebiasaan ini mungkin terlihat kecil, tetapi konsistensi justru menjadi kunci agar tubuh tetap bugar di usia lanjut.

Tantangannya memang ada, terutama di tengah kesibukan kerja. Namun, membangun rutinitas sehat tidak harus rumit. Mulailah dari langkah kecil, seperti memilih naik tangga daripada lift, membawa bekal sehat dari rumah, atau meluangkan 15 menit untuk peregangan. Perlahan, rutinitas kecil itu akan menjadi gaya hidup sehat yang menyatu dalam keseharian.



Selain membiasakan pola hidup sehat, pemeriksaan kesehatan berkala juga memiliki peran penting. Pemeriksaan rutin setidaknya sekali setahun membantu mendeteksi penyakit sejak dini, bahkan sebelum muncul gejala. Untuk karyawan usia produktif, pemeriksaan dasar seperti tekanan darah, gula darah, kolesterol, fungsi hati, dan fungsi ginjal sebaiknya tidak diabaikan. Ditambah lagi, pemeriksaan khusus seperti EKG, pap smear, atau skrining kanker dapat dilakukan sesuai faktor risiko masing-masing individu.

Tak kalah penting, kesehatan mental juga perlu diperhatikan. Stres kronis yang tidak terkelola bisa memicu penyakit serius seperti hipertensi, diabetes, hingga gangguan jantung. Dengan manajemen stres yang baik, sistem imun akan lebih terjaga, produktivitas meningkat, dan kualitas hidup pun lebih baik.

Mengelola stres sebenarnya bisa dimulai dari hal sederhana: teknik pernapasan dalam, meluangkan waktu untuk hobi, melakukan olahraga ringan, membatasi penggunaan gawai sebelum tidur, dan tidak segan untuk berbagi cerita dengan orang terdekat. Langkah kecil ini akan membantu menjaga keseimbangan antara tuntutan pekerjaan dan ketenangan pikiran.

Pada akhirnya, sehat bukanlah tujuan akhir, melainkan sebuah perjalanan. Seperti pesan inspiratif yang patut diingat: “Sehat itu bukan tujuan akhir, melainkan perjalanan. Mulailah dari langkah kecil hari ini, karena setiap usaha menjaga tubuh dan pikiran akan menjadi *Impact That Lasts* bagi masa depan Anda dan orang-orang yang Anda cintai.”



HEMAT TAPI NIKMAT!

3 KEGIATAN SERU UNTUK SEPTEMBER

Seru nggak harus mahal. Dari taman kota sampai kuliner legendaris, ini dia ide aktivitas yang bikin September kamu makin berwarna.



1

Piknik Sore di Taman Literasi Martha Christina Tiahahu (Blok M)

Nikmati suasana rindang sambil membaca buku favorit atau ngobrol santai bersama teman. Bawa bekal dari rumah untuk menambah nuansa piknik. Gratis masuk, banyak spot foto estetik, dan jajanan di sekitar taman siap menemani.

Alamat: Jl. Sisingamangaraja, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan (dekat Terminal Blok M & MRT Blok M BCA).



2

Jalan Pagi di Taman Tebet Eco Park

Awali hari dengan udara segar dan pemandangan hijau di Tebet Eco Park. Gratis, banyak jalur pejalan kaki, dan cocok untuk olahraga ringan.

Alamat: Jl. Tebet Barat Raya, Tebet, Jakarta Selatan.



3

Ngopi Asik di Kaizen Heritage

Nongkrong seru yang selalu siap kapan pun? Kaizen Heritage Coffee shop pertama di Indonesia dan sekitarnya dengan konsep 24 jam, cocok buat kamu yang doyan ngopi tengah malam atau sekadar butuh spot kerja fleksibel.

Selain itu, ada juga *live music* yang bikin suasana makin hangat dan penuh *vibes* positif, lokasi berada di:

- Cempaka Putih
- Matraman
- Kemayoran
- Pondok Aren
- Bekasi
- Cibubur