

# Siaran Pers

For Immediate Release  
18 Agustus 2020

## Kekhawatiran Soal COVID-19 di Indonesia Memicu Tren Gaya Hidup lebih sehat - Survei Manulife:

- *Survei terhadap nasabah asuransi menunjukkan peralihan ke gaya hidup sehat demi kondisi fisik dan mental yang lebih baik*
- *COVID-19 memacu kebutuhan masyarakat Indonesia akan asuransi, yang dibantu oleh kemudahan akses teknologi digital.*

**JAKARTA** – Kekhawatiran dampak pandemi COVID-19 di antara para nasabah asuransi di Asia, termasuk yang tertinggi di Indonesia, mendorong banyak orang untuk menerapkan gaya hidup lebih sehat bersamaan dengan penggunaan teknologi digital yang lebih luas, menurut survei terbaru Manulife.

Survei Manulife Asia Care, dilaksanakan pada akhir Mei lalu, menargetkan 300 nasabah asuransi di Indonesia yang memiliki polis Manulife atau asuransi perusahaan lainnya. Semua responden mengungkapkan kekhawatiran mengenai dampak pandemi jangka panjang terhadap ekonomi lokal. Hasil survei dari responden di Indonesia juga menunjukkan optimisme yang terendah di antara delapan pasar di Asia terhadap perkembangan COVID-19 hingga enam bulan ke depan. Hampir tiga perempat (74%) responden menyebutkan bahwa COVID-19 akan semakin serius pada paruh kedua tahun 2020, melebihi rata-rata di regional sebesar 41%.

Penggunaan teknologi digital berskala besar selama pandemi juga terlihat di antara responden di seluruh kawasan, namun di Indonesia, penggunaan digital nampak lebih jelas lagi. Sejalan dengan meningkatnya minat pada digital, terdapat pula pergerakan menuju pengelolaan keuangan pribadi yang lebih teratur. Hal ini juga mencerminkan meningkatnya minat responden Indonesia untuk membeli tambahan asuransi baru.

### Gaya hidup baru

Seluruh responden di Indonesia (100%), yang merupakan nasabah asuransi, telah mengadopsi kebiasaan gaya hidup baru sejak wabah COVID-19. Mayoritas kebiasaan baru ini meliputi gaya hidup lebih sehat dan meningkatnya ketergantungan pada layanan *e-commerce*, online dan digital.

Di Indonesia, 62% responden menemukan cara untuk lebih sehat secara fisik daripada sebelum COVID-19, dan 37% responden mulai memonitor kesehatan mental mereka. Hal ini menunjukkan bahwa kesadaran terkait kesehatan meningkat dan tidak diragukan lagi bahwa mereka mulai beralih ke gaya hidup lebih sehat baik untuk kondisi tubuh maupun pikiran. Selama 18 bulan ke depan, tren yang sama akan terus meningkat dengan 50% nasabah ingin lebih sehat secara fisik dan 28% ingin memantau kesehatan mental mereka.

“Kesehatan nasabah adalah prioritas kami. Kami senang bahwa berdasarkan survei ini, para nasabah di Indonesia mulai beralih menuju gaya hidup sehat. Selama pandemi, kami telah menerapkan *social distancing* dengan memberikan layanan kepada nasabah tanpa

mengharuskan mereka mengunjungi kami secara langsung. Bagi nasabah yang ingin mengunjungi kami secara langsung, mereka dapat mengunjungi pusat layanan nasabah kami di area nusantara di mana kami telah menerapkan protokol kesehatan yang ketat," kata Ryan Charland, President dan CEO Manulife Indonesia.

"Kami bangga akan kecintaan kami terhadap para nasabah, dan dari hasil survei ini, kami lebih memahami kebutuhan dan aspirasi nasabah. Kami berupaya mengembangkan inovasi produk dan layanan sebagai solusi atas kebutuhan ketenangan pikiran mereka," tambah Ryan.

Hasrat untuk memiliki gaya hidup lebih sehat dan aktif merupakan hal yang penting, mengingat makin meningkatnya biaya perawatan kesehatan dan kebutuhan layanan kesehatan untuk memenuhi permintaan kelas menengah yang semakin banyak dan harapan hidup lebih lama. Di seluruh Asia, biaya perawatan kesehatan meningkat signifikan dalam 20 tahun terakhir yakni mencapai hampir 500% berdasarkan Bank Dunia. Pada tahun 2017, biaya kesehatan tahunan per kapita adalah 115 USD, atau 2,99 % dari GDP.<sup>1</sup>

### **Meningkatnya kesadaran perlindungan asuransi**

Seiring dengan keinginan menjadi lebih bugar, 42% responden di Indonesia mengatakan pandemi membuat mereka lebih sering meninjau dan menata ulang keuangan pribadi dibandingkan sebelum COVID-19 terjadi. Mayoritas melakukannya secara *online*. Survei juga menunjukkan mereka beralih dari belanja secara *offline* ke *online* (65%), menggunakan layanan *online* seperti pembayaran, belanja dan pengiriman makanan (71%) dan khususnya menggunakan *media online* untuk mencari berita dan bersosialisasi (keduanya sebesar 69%).

COVID-19 telah mempercepat tren yang sudah ada terutama digitalisasi dalam gaya hidup. Pola dan kebiasaan seperti ini bahkan memberikan alasan tersendiri untuk meyakini bahwa perubahan kebiasaan ini, setidaknya sebagian, akan bersifat permanen. Di Indonesia, digitalisasi dan penggunaan *smartphone* telah memudahkan masyarakat Indonesia memperoleh akses ke layanan keuangan dan media *online* lainnya. COVID-19 telah membantu memperkuat nilai layanan dan alat (media) digital.

Indonesia adalah salah satu pasar dengan jumlah nasabah asuransi terendah di kawasan. Salah satu ukuran penetrasi asuransi adalah pertumbuhan premi tertulis bruto sebagai presentasi PDB per kapita. Di Indonesia, bersama dengan beberapa pasar lain di kawasan, tingkat penetrasi kurang dari 5%, atau jauh di bawah pasar seperti Hong Kong dan Singapura.<sup>2</sup>

Hasil survei atas 300 responden di Indonesia menyebutkan bahwa sebanyak 72% nasabah yang telah memiliki asuransi mengatakan bahwa mereka berencana membeli tambahan asuransi dalam 18 bulan ke depan. Hal ini jauh lebih tinggi dari rata-rata di kawasan yakni sebesar 62%. Produk terkait penyakit kritis mencapai (34%), asuransi jiwa (30%), kesehatan (30%) dan rawat inap (29%) adalah produk-produk asuransi baru utama yang dipertimbangkan oleh para nasabah asuransi Indonesia.

"Kami memahami kebutuhan nasabah yang beragam, terutama perlindungan terhadap kesehatan dan penyakit kritis yang dapat terjadi kapan saja dan kepada siapa saja. Produk kami dilengkapi dengan perlindungan kesehatan dan asuransi tambahan yang dapat menjadi solusi lengkap untuk keluarga Indonesia. Selain itu, kami juga berupaya memberikan kemudahan dengan aplikasi MiAccount yang dapat diakses oleh nasabah untuk memeriksa nilai polis atau mengajukan klaimnya. Kami berharap semua layanan ini dapat menjadi pilihan yang optimal bagi pelanggan. Selama pandemi COVID-19, Manulife Indonesia terus berupaya

---

<sup>1</sup> World Bank: <http://datatopics.worldbank.org/health/health>

<sup>2</sup> Bain & Co.: <https://www.bain.com/insights/making-the-most-of-asia-pacifics-insurance-boom/>



mendorong nasabah untuk menerapkan gaya hidup sehat dengan rutin berolahraga, makan sehat dan mengikuti aturan *social distancing* yang diberlakukan pemerintah,” tutup Ryan.

\*\*\*\*\*

## **Tentang Manulife Indonesia**

Didirikan pada tahun 1985, PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia (Manulife Indonesia) merupakan bagian dari Manulife Financial Corporation, grup penyedia layanan keuangan dari Kanada yang beroperasi di Asia, Kanada dan Amerika Serikat. Manulife Indonesia menawarkan beragam layanan keuangan termasuk asuransi jiwa, asuransi kecelakaan dan kesehatan, layanan investasi dan dana pensiun kepada konsumen individu maupun pelaku usaha di Indonesia. Melalui jaringan lebih dari 9.000 karyawan dan agen profesional yang tersebar di 26 kantor pemasaran, Manulife Indonesia melayani lebih dari 2 juta nasabah di Indonesia.

PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Untuk informasi lebih lengkap mengenai Manulife Indonesia, termasuk tautan untuk mengikuti kami di Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, atau kunjungi [www.manulife.co.id](http://www.manulife.co.id).

## **Tentang Manulife**

Manulife Financial Corporation merupakan grup jasa keuangan internasional terkemuka yang membantu masyarakat membuat keputusan lebih mudah serta hidup lebih baik. Kami dikenal sebagai John Hancock di Amerika Serikat dan Manulife di negara-negara lain. Kami menyediakan nasihat keuangan, solusi asuransi dan jasa manajemen aset dan manajemen kekayaan untuk konsumen individu, konsumen kumpulan dan institusi-institusi. Pada akhir tahun 2019, kami memiliki 35.000 karyawan, lebih dari 98.000 agen dan ribuan mitra distributor yang melayani lebih dari 30 juta konsumen. Hingga 31 Maret 2020, kami memiliki lebih dari \$1.2 triliun (US\$0.8 triliun) dana kelolaan dan administrasi, dan pada 12 bulan terakhir kami membayar sebesar \$30,4 miliar klaim serta manfaat lainnya kepada nasabah kami. Kami beroperasi di Asia, Kanada dan Amerika Serikat dimana kami telah melayani konsumen selama lebih dari 155 tahun. Dengan berkantor pusat di Toronto, Kanada, kami diperdagangkan dengan simbol 'MFC' di bursa saham Toronto, New York dan Filipina, dan dengan simbol '945' di Hong Kong.

## **Kontak Media:**

Ruthania Martinelly  
Tel: (+6221) 2555 7788 ext. 641907  
[Ruthania\\_Martinelly@manulife.com](mailto:Ruthania_Martinelly@manulife.com)