

**PREMI BISNIS BARU PRUDENTIAL INDONESIA TUMBUH KUAT 57,7% DI KUARTAL  
KEDUA 2011**

**Premi bisnis baru syariah tumbuh 107,9%**

**Kinerja bisnis Kuartal II 2011:**

- Total pendapatan premi mencapai Rp 6,3 triliun atau meningkat 39,4 persen dari periode yang sama tahun sebelumnya
- Pendapatan premi baru tercatat sebesar Rp 3,4 triliun, naik 57,7 persen dibandingkan kuartal II 2010
- Pendapatan premi bisnis baru syariah sebesar Rp 296,3 miliar, tumbuh 107,9 persen dari periode yang sama tahun sebelumnya
- Total dana kelolaan sebesar Rp 26 triliun, naik 39,7 persen dibandingkan periode yang sama di 2010
- Total aset menjadi Rp 28,5 triliun, sebuah kenaikan sebesar 39,3 persen dibandingkan periode yang sama di 2010
- Total Klaim dan manfaat yang dibayarkan pada akhir kuartal II 2011 tercatat senilai Rp 1,8 triliun atau naik 8,7 persen dari periode yang sama tahun sebelumnya.
- *Risk Based Capital (RBC)* yang kuat mencapai 730 persen hingga akhir kuartal II 2011, jauh melebihi ketentuan yang ditetapkan Pemerintah RI sebesar 120 persen
- Total nasabah naik 23,4 persen, di mana tercatat sekitar 1,3 juta pemegang polis yang terus dilayani oleh tenaga pemasaran berlisensi yang tumbuh 83,9 persen mencapai 113.486 orang dibandingkan kuartal II 2010

**Jakarta, 16 Agustus 2011** – PT Prudential Life Assurance (Prudential Indonesia) terus mempertahankan pertumbuhan yang kuat dan berkelanjutan dengan membukukan hasil bisnis yang kuat hingga tengah tahun pertama 2011. Total pendapatan premi tercatat mencapai Rp 6,3 triliun atau naik 39,4 persen jika dibandingkan dengan kuartal kedua tahun lalu. Pendapatan premi bisnis baru juga terus meningkat di mana premi baru dari unit bisnis syariah menunjukkan pertumbuhan yang cukup signifikan sebesar 107,9 persen dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya.

“Pencapaian mengesankan bisnis asuransi syariah yang terus berlanjut di kuartal kedua 2011 memperkuat optimisme pertumbuhan Prudential ke depan, khususnya pada pertumbuhan asuransi syariah di Indonesia yang tercatat sebagai salah satu yang tumbuh paling pesat di Asia Tenggara<sup>1</sup>,” ujar William Kuan, Presiden Direktur Prudential Indonesia.

Prudential saat ini merupakan asuransi jiwa terdepan di Indonesia, dengan produk utama asuransi jiwa terkait investasi (*unit link*), baik konvensional maupun yang berbasis syariah. Kontribusi produk *unit link* saat ini di atas 90% dari total penjualan perusahaan, di mana lebih dari 90% portofolio *unit link* tersebut adalah produk dengan premi reguler. Hal tersebut menunjukkan kualitas dari bisnis Prudential Indonesia, karena produk *unit link* dengan premi reguler mengutamakan sisi perlindungan dan tabungan jangka panjang, yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat. Rata-rata premi nasabah Prudential memiliki komposisi perbandingan 70% untuk proteksi dan 30% untuk investasi. “Dengan unsur proteksi dikombinasikan dengan potensi hasil investasi jangka panjang yang menarik serta sifatnya yang fleksibel dan transparan, produk unit link terus diminati masyarakat dan menjadi pendorong pertumbuhan industri asuransi jiwa beberapa tahun belakangan ini,” demikian ungkap William.

Kinerja bisnis yang sangat baik ini merupakan hasil perwujudan komitmen penuh Prudential Indonesia untuk terus meningkatkan standar layanan beragam titik singgung dengan nasabah dan juga tenaga pemasaran, dalam rangka menyediakan produk dan layanan terbaik di kelasnya. Hal itu dilakukan antara lain dengan terus menjadikan jalur keagenan sebagai jalur distribusi utama, sekaligus memperluas peluang pertumbuhan bisnis lebih jauh bersama mitra perbankan perusahaan saat ini dan jaringan kemitraan lainnya.

Selain mencatat pertumbuhan bisnis, Prudential Indonesia juga mencatat pertumbuhan total klaim dan manfaat yang dibayarkan sejumlah Rp 1,8 triliun dalam periode 1 Januari sampai 30 Juni 2011 ini. Sebagai perusahaan jasa keuangan yang mendasari kinerjanya pada kepercayaan nasabah, pembayaran klaim yang terus meningkat serta upaya memberi kembali kepada masyarakat melalui beragam inisiatif Tanggung Jawab Sosial Perusahaan merupakan bukti komitmen kuat Perusahaan untuk terus melayani kebutuhan dalam jangka panjang.

“Prudential Indonesia ke depan akan terus berkomitmen penuh mendengarkan dan memahami kebutuhan masyarakat. Pencapaian kami tidak dapat terlepas dari kepercayaan

---

<sup>1</sup> Ernst and Young dalam laporan Pertumbuhan Asuransi Syariah Dunia 2010

yang terus diberikan nasabah, dan tentunya merupakan hasil dukungan dari kerja keras dan kerja sama para tenaga pemasaran, staf, mitra bisnis, dan seluruh pemangku kepentingan (*stakeholders*) Prudential Indonesia. Terima kasih kami yang terdalam atas kepercayaan dan dukungan yang diberikan,” tegas William.

### **Prudential meluncurkan kampanye *edutainment* kesadaran finansial untuk anak-anak serempak di tujuh negara Asia Tenggara**

Seiring dengan komitmen untuk terus memberikan layanan terbaik di kelasnya bagi para nasabah, selama lebih dari 15 tahun Prudential juga selalu berperan aktif dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui sejumlah program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR).

Sehubungan dengan itu, sejalan dengan program yang dicanangkan secara regional oleh Prudential Corporation Asia yang merupakan Kantor Pusat Regional Prudential Indonesia, sebuah kampanye *edutainment* inovatif untuk menanamkan kesadaran finansial untuk anak-anak sejak dini diluncurkan secara serempak di tujuh negara Asia, termasuk Indonesia. Kampanye berbentuk serial animasi bertema *Money-Smart Kids* yang merupakan pertama kalinya di Asia ini, ditargetkan untuk anak-anak usia 7 hingga 12 tahun dan merupakan kerja sama Prudential Corporation Asia dengan saluran edukasi dan hiburan anak-anak Cartoon Network. Serial animasi baru yang akan disiarkan mulai bulan September 2011 di saluran satelit dan kabel berbayar Cartoon Network ini akan memperkenalkan pengetahuan dasar mengenai keuangan melalui tokoh-tokoh animasi yang di setiap serinya akan membawakan lagu-lagu yang berhubungan dengan empat konsep utama dalam pengelolaan uang bagi anak-anak: Menghasilkan (*Earn*), Menabung (*Save*), Menggunakan (*Spend*) dan Menyumbangkan (*Donate*).

“Kami percaya bahwa memberikan kembali kepada masyarakat bukan hanya sesuatu yang baik dilakukan, tetapi juga sesuatu yang harus dilakukan. Di Prudential, memberi kembali kepada masyarakat sekitar merupakan bagian dari salah satu nilai utama perusahaan yaitu peduli. Ini adalah komitmen yang kami lakukan di tingkat grup, regional, dan tentu saja secara lokal di Indonesia,” ujar William.

**##**

### **Mengenai Prudential plc dan Prudential Corporation Asia**

Prudential plc adalah sebuah grup jasa keuangan internasional terkemuka yang menyediakan jasa keuangan dan pengelolaan dana di pasar-pasar pilihan: Inggris, Amerika, Asia dan Eropa kontinental.

Prudential telah menyediakan jasa asuransi jiwa di Inggris selama 160 tahun dan memiliki produk investasi jangka panjang terbesar di Inggris selama lebih dari satu abad. Saat ini, Prudential memiliki lebih dari 25 juta nasabah di seluruh dunia dan mengelola dana lebih dari **£349 miliar (Rp4.805 triliun)** sampai dengan 30 Juni 2011 - angka terakhir yang dipublikasikan).

Di Asia, Prudential Corporation Asia (PCA) menyediakan produk-produk yang memenuhi kebutuhan akan tabungan, perlindungan dan investasi nasabah, serta merupakan grup perusahaan keuangan terdepan yang menyediakan produk-produk dan pelayanan yang sesuai kebutuhan nasabah yang telah berpengalaman lebih dari 86 tahun.

Prudential memiliki asuransi jiwa yang beroperasi di 12 negara - China, Hong Kong, India, Indonesia, Jepang, Korea, Malaysia, Filipina, Singapura, Taiwan, Thailand dan Vietnam. Perusahaan memiliki sejarah geografis luas dengan operasional pengelolaan dana di 10 negara - China, Hong Kong, India, Jepang, Korea, Malaysia, Singapura, Taiwan, Vietnam dan Uni Emirat Arab.

Total Penjualan Prudential Corporation Asia berdasarkan *Annualized Premium Equivalent (APE)* di Asia (sampai 30 Juni 2011) mencapai **£743 juta (Rp10,5 triliun)**. Prudential di Asia didukung oleh lebih dari 340.000 jaringan tenaga pemasaran dan karyawan yang melayani kebutuhan keuangan lebih dari 11 juta nasabah di wilayah ini.

### **Mengenai PT Prudential Life Assurance (Prudential Indonesia)**

Didirikan pada 1995, Prudential Indonesia merupakan bagian dari Prudential plc, group jasa keuangan berbasis di London, Inggris, yang memiliki pengalaman lebih dari 160 tahun. Dengan menggabungkan pengalaman internasional Prudential di bidang asuransi jiwa dengan pengetahuan tata cara bisnis lokal, Prudential Indonesia memiliki komitmen untuk mengembangkan bisnisnya di Indonesia.

Sejak meluncurkan produk asuransi yang dikaitkan dengan investasi (*unit link*) pertamanya di 1999, Prudential Indonesia merupakan pemimpin pasar untuk produk tersebut di Indonesia. Di samping itu, Prudential Indonesia juga menyediakan berbagai produk yang dirancang untuk memenuhi dan melengkapi setiap kebutuhan para nasabahnya di Indonesia.

Dari data terakhir per 30 Juni 2011, Prudential Indonesia memiliki Kantor Pusat di Jakarta serta Kantor-kantor Pemasaran di Medan, Surabaya, Bandung, Denpasar, Batam dan Semarang, dengan 240 kantor keagenan (termasuk di Jakarta, Surabaya, Medan, Bandung, Yogyakarta, Batam dan Bali) yang tersebar di seluruh Indonesia. Prudential Indonesia memiliki lebih dari 113.000 jaringan tenaga pemasaran berlisensi yang melayani lebih dari 1,3 juta nasabah.

**Untuk informasi lebih lanjut, silakan menghubungi:**

#### **Nini Sumohandoyo**

*Corporate Marketing & Communications Director*

PT Prudential Life Assurance

Prudential Tower

Jl. Jend. Sudirman Kav. 79

Jakarta 12910

Phone : 021 2995 8888

Faximile : 021 2995 8855

E-mail : [nini.sumohandoyo@prudential.co.id](mailto:nini.sumohandoyo@prudential.co.id)