

# Eksplorasi Potensi Industri Perasuransian Nasional di Era *Post* Pandemi COVID-19 dan Era Bonus Demografi

Laras Prabandini Sasongko

*Indonesia Re Institute*  
*PT Reasuransi Indonesia Utama (Persero)*  
[laras@indonesiare.co.id](mailto:laras@indonesiare.co.id)

---

## Abstrak

Saat ini, Indonesia mulai memasuki Era Bonus Demografi, yaitu era di mana proporsi penduduk usia produktif lebih besar ketimbang proporsi penduduk usia tidak produktif. Secara teori, Era Bonus Demografi dianggap sebagai 'era keemasan' dari suatu negara, lantaran pertumbuhan penduduk usia produktif merupakan modal utama untuk mengakselerasi pembangunan dan pertumbuhan perekonomian di negara tersebut. Meskipun demikian, bonus demografi yang tidak dikelola dengan baik justru akan menjadi *trigger* atas kemunculan permasalahan serius pada negara, seperti meningkatnya angka pengangguran, kemiskinan, kesakitan, dan kriminalitas, yang justru akan menghambat laju pertumbuhan perekonomian nasional. Oleh karena itu, pertumbuhan kuantitas penduduk usia produktif perlu diimbangi dengan upaya peningkatan kualitas penduduk yang adekuat. Mengingat bahwa pertumbuhan perekonomian pada Era Bonus Demografi tidak serta merta terjadi, Pemerintah perlu merumuskan kebijakan, strategi, dan program kerja yang mampu menunjang pemanfaatan dari momentum Era Bonus Demografi ini.

Dalam menyikapi potensi dari Era Bonus Demografi, penting bagi pembuat kebijakan untuk dapat memahami karakteristik demografi serta peranannya dalam pengambilan kebijakan. Hal tersebut turut berlaku bagi Industri Perasuransian Nasional selaku bagian dari Industri Jasa Keuangan. Skema penjaminan risiko dan investasi yang dilakukan oleh Industri Perasuransian Nasional diharapkan mampu membantu terlaksananya mitigasi risiko finansial di masyarakat. Meskipun demikian, perlu menjadi catatan bahwa sampai saat ini kontribusi Industri Perasuransian Nasional terhadap pertumbuhan sektor perekonomian dan pembangunan nasional masih terbilang belum signifikan. Industri Perasuransian Nasional dirasakan masih belum mampu menjalankan peranannya secara optimal sebagai penyerap risiko di masyarakat, sekaligus sebagai *backbone* dan *safety net* dalam upaya pembangunan dan pertumbuhan sektor perekonomian nasional. Padahal, untuk mencapai Visi Indonesia Emas 2045 yang Berdaulat, Maju, Adil, dan Makmur, Industri Perasuransian Nasional harus mengoptimalkan kontribusinya pada sektor perekonomian nasional dalam aspek manajemen risiko, investasi dan pembentukan modal, peningkatan kesejahteraan masyarakat, serta penyokong program Pemerintah. Oleh karena itu, melalui pemahaman mendalam atas potensi Era Bonus Demografi, Industri Perasuransian Nasional diharapkan mampu melahirkan kebijakan dan program kerja yang mampu meningkatkan kontribusinya terhadap pertumbuhan sektor perekonomian nasional.

Indikator utama dari kontribusi Industri Perasuransian Nasional pada sektor perekonomian nasional tercermin melalui tingkat penetrasi asuransi. Pada tahun 2021 lalu, penetrasi asuransi di Indonesia tercatat baru mencapai angka 3.18%. Rendahnya tingkat penetrasi asuransi di Indonesia disinyalir disebabkan oleh masih rendahnya tingkat literasi asuransi dan keuangan, serta masih rendahnya *awareness* akan pentingnya berasuransi di masyarakat. Fakta tersebut patut menjadi perhatian, mengingat penetrasi asuransi yang tinggi tidak hanya mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat, melainkan, juga mampu membantu mengakselerasi pertumbuhan sektor perekonomian nasional dan menjadi stabilisator pasar modal.

Meskipun tingkat penetrasi asuransi di Indonesia masih terbilang belum menggembirakan, upaya peningkatan penetrasi asuransi di Indonesia tampak mulai menemui titik terang sejak kehadiran Pandemi COVID-19. Dihadapkan dengan risiko yang sewaktu-waktu dapat terjadi, pemikiran masyarakat mulai terbuka akan pentingnya memiliki proteksi asuransi untuk mencegah terjadinya potensi kerugian finansial. Peningkatan *awareness* berasuransi pada masyarakat selayaknya disambut dengan kapabilitas dan *eagerness* Industri Perasuransian Nasional untuk menyediakan produk dan layanan asuransi yang dapat memenuhi kebutuhan dan ekspektasi masyarakat. Industri Perasuransian Nasional seyogyanya dapat mengeksplorasi potensi fase *Post* Pandemi COVID-19 dan mulai masuknya Indonesia ke dalam Era Bonus Demografi sebagai momentum peningkatan kontribusi Industri Perasuransian Nasional terhadap pertumbuhan sektor perekonomian nasional.

Dalam merumuskan strategi peningkatan penetrasi asuransi di Indonesia pada Era *Post* Pandemi COVID-19 dan Era Bonus Demografi, penting untuk diingat bahwa Indonesia merupakan negara berkembang dengan ukuran populasi usia produktif yang sangat besar. Hal ini menggarisbawahi bahwa Industri Perasuransian Nasional perlu melakukan pendekatan multifaset yang meliputi aspek edukasi, pengembangan produk asuransi yang bersifat *segmented*, simplifikasi produk asuransi, integrasi teknologi dalam pengembangan dan pemasaran produk asuransi, *partnership* dengan institusi pendidikan, kolaborasi dengan *youth-oriented organizations*, serta pemberian insentif yang mampu menarik minat dari generasi muda untuk berasuransi. Dengan mengadopsi strategi tersebut, Industri Perasuransian Nasional diharapkan mampu meningkatkan penetrasi asuransi pada generasi muda melalui peningkatan *awareness* pentingnya berasuransi, serta membuat generasi muda mampu memahami kebutuhan mereka akan proteksi asuransi.

**Kata Kunci:** Bonus Demografi, Usia Produktif, Perekonomian Nasional, Industri Perasuransian Nasional, Pandemi COVID-19, Penetrasi Asuransi, Strategi Asuransi

## **Visi Indonesia Emas 2045 dan Kondisi Demografi Indonesia**

Pada tahun 2045, Indonesia akan mencapai usia emas alias tahun ke-100 sejak kemerdekaannya pada tahun 1945 lalu. Pada usia emasnya tersebut, Indonesia diharapkan telah menjadi negara maju dan adidaya, yang mampu mewujudkan masyarakat adil dan makmur, sesuai dengan tujuan negara Indonesia yang diamanatkan pada Pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Indonesia Tahun 1945. Demi mendukung pencapaian tersebut, disusunlah Visi Indonesia Emas 2045 yang terdiri dari empat pilar, yaitu, Pembangunan Manusia serta Penguasaan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi, Pembangunan Ekonomi Berkelanjutan, Pemerataan Pembangunan, serta Pemantapan Ketahanan Nasional dan Tata Kelola Pemerintahan. Keempat pilar tersebut dibangun dengan berlandaskan Pancasila dan UUD 1945 sebagai dasar berbangsa bernegara dan konstitusi, dengan tujuan untuk melindungi segenap bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia, serta untuk memajukan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa, serta ikut melaksanakan ketertiban dunia berdasarkan kemerdekaan, perdamaian abadi, dan keadilan sosial.

Untuk dapat mewujudkan keempat pilar Visi Indonesia Emas 2045 tersebut, Indonesia perlu menciptakan ekosistem perekonomian yang sehat dan bertumbuh, untuk dapat memastikan keberlangsungan pembangunan nasional. Salah satu faktor utama yang mampu menyokong penciptaan perekonomian tersebut adalah ketersediaan sumber daya manusia manusia yang secara kapasitas dan kapabilitas mampu

menggerakkan serta menyokong sektor perekonomian nasional. Dalam aspek ketersediaan sumber daya manusia ini Indonesia relatif diuntungkan mengingat saat ini Indonesia mulai memasuki Era Bonus Demografi. Hal ini berarti bahwa Indonesia akan memiliki sumber daya manusia berusia produktif yang melimpah, yang diharapkan dapat menjadi modal terbesar negara untuk menyokong pertumbuhan sektor perekonomian nasional.

Era Bonus Demografi sendiri mengacu pada kondisi di mana jumlah penduduk usia produktif di suatu negara lebih besar ketimbang jumlah penduduk usia belum dan tidak produktif di negara tersebut. Berdasarkan data yang dilansir dari Direktorat Jenderal Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Dukcapil) Kementerian Dalam Negeri, jumlah penduduk Indonesia telah mencapai 275.36 juta jiwa pada Juni 2022. Dari jumlah tersebut, 190.83 juta jiwa (69,3%) di antaranya masuk ke dalam kategori usia produktif (15-64 tahun). Pertumbuhan jumlah penduduk usia produktif di Indonesia diperkirakan akan terus bertambah dan akan mencapai puncaknya pada tahun 2045 nanti.

Berdasarkan pendapat dari para ahli, secara teori, Era Bonus Demografi dianggap sebagai 'era keemasan' dari suatu negara lantaran pertumbuhan penduduk usia produktif merupakan modal utama untuk mengakselerasi pembangunan dan pertumbuhan perekonomian di negara tersebut. Pada Era Bonus Demografi, negara diharapkan dapat memiliki sumber daya manusia berusia produktif yang cukup banyak untuk dapat dimanfaatkan demi kepentingan pembangunan nasional. Oleh

karena itu, dapat dikatakan bahwa generasi muda saat ini merupakan kunci utama bagi Indonesia untuk mewujudkan Visi Indonesia Emas 2045. Generasi muda yang saat ini berusia 20 – 30 tahunan diperkirakan akan mencapai puncak karir profesionalnya pada tahun 2045 nanti, di mana pemikiran, pengetahuan, dan pengalaman mereka diharapkan mampu memberikan sumbangsih besar dalam memajukan Indonesia melalui keempat pilar Indonesia Emas 2045 tersebut. Untuk mencapai tujuan tersebut, Pemerintah beserta seluruh pemangku kebijakan perlu merumuskan strategi yang mampu membentuk para generasi muda menjadi sumber daya manusia yang berkualitas dan berdaya saing unggul, yaitu insan yang sehat, cerdas, adaptif, inovatif, terampil, dan berkarakter.

Meskipun dikatakan sebagai 'era keemasan' dari suatu negara, Era Bonus Demografi tidak serta merta memberikan dampak yang positif bagi suatu negara. Bak pedang bermata dua, fenomena bonus demografi juga dapat memberikan dampak negatif pada negara tersebut. Bonus demografi yang tidak dikelola dengan baik justru akan menjadi *trigger* atas kemunculan berbagai permasalahan serius pada negara, seperti meningkatnya angka pengangguran, kemiskinan, kesakitan, dan kriminalitas, yang justru akan menghambat laju pertumbuhan perekonomian nasional. Selain itu, penting pula untuk diingat bahwa setelah suatu negara melewati puncak dari Era Bonus Demografi, kelompok penduduk usia produktif akan menua dan menjadi kelompok usia tidak produktif. Dapat dikatakan, salah satu ancaman terbesar dari *post*-Era Bonus Demografi adalah

penambahan penduduk usia tidak produktif yang sangat signifikan pada suatu masa, yang nantinya dikhawatirkan justru akan menambah beban negara.

Mengingat ancaman tersebut, penting bagi Indonesia untuk mampu mempersiapkan diri memasuki Era Bonus Demografi, termasuk membekali masyarakatnya agar potensi dampak negatif dari Era Bonus Demografi dan *post*-Era Bonus Demografi dapat ditekan seminimal mungkin. Pertumbuhan kuantitas penduduk usia produktif pada Era Bonus Demografi perlu diimbangi dengan upaya peningkatan kualitas penduduk yang adekuat, yang meliputi aspek pendapatan/ekonomi, pendidikan, dan kesehatan, sehingga, penduduk usia produktif benar-benar dapat memberikan *added value* bagi pembangunan nasional. Meningkatkan kualitas penduduk tentu bukan pekerjaan yang mudah. Pemerintah perlu bersinergi dengan berbagai pemangku kebijakan untuk mempersiapkan strategi pengembangan sumber daya manusia yang berkesinambungan, demi menghadirkan sumber daya manusia yang unggul. Intervensi terhadap pembangunan sumber daya manusia harus dilakukan secara komprehensif dan terintegrasi dalam siklus hidup *human capital*, demi menciptakan *loop* positif dalam pengembangan sumber daya manusia di Indonesia.

### **Peran Industri Perasuransian Nasional sebagai bagian dari Industri Jasa Keuangan**

Dalam menyikapi potensi tantangan dan peluang dari Era Bonus Demografi, penting bagi Pemerintah dan pembuat kebijakan

untuk dapat memahami karakteristik demografi serta peran penting demografi dalam pengambilan kebijakan. Hal tersebut turut berlaku bagi Industri Perasuransian Nasional sebagai bagian dari Industri Jasa Keuangan. Industri Perasuransian Nasional perlu mengambil peran dan inisiatif besar untuk mampu menyokong pertumbuhan sektor perekonomian nasional, melalui pemanfaatan fenomena bonus demografi yang saat ini tengah terjadi.

Meskipun Industri Perasuransian Nasional sepatutnya memiliki peranan yang sedemikian vitalnya dalam pembangunan sektor perekonomian nasional, perlu menjadi catatan bahwa sampai saat ini kontribusi Industri Perasuransian Nasional terhadap pertumbuhan sektor perekonomian dan pembangunan nasional masih terbilang belum signifikan. Tolak ukur kontribusi Industri Perasuransian Nasional terhadap perekonomian nasional dapat diukur melalui tingkat penetrasi dan densitas asuransi. Penetrasi asuransi dihitung melalui perbandingan premi bruto Industri Perasuransian Nasional terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Sementara itu, densitas asuransi dihitung melalui perbandingan pengeluaran penduduk untuk membayar premi asuransi terhadap keseluruhan pendapatan penduduk. Dilansir dari data Otoritas Jasa Keuangan (OJK), penetrasi Industri Perasuransian Nasional secara keseluruhan baru mencapai 3.18%, dengan penetrasi Industri Perasuransian Jiwa sebesar 1.19%, Industri Perasuransian Umum sebesar 0.47%, asuransi sosial sebesar 1.45%, dan asuransi wajib sebesar 0.08%. Angka penetrasi tersebut masih terbilang jauh dari harapan, karena, untuk dapat menjadi negara

maju, kontribusi Industri Perasuransian Nasional secara keseluruhan setidaknya harus mencapai 20%.

Dengan belum optimalnya kontribusi saat ini, Industri Perasuransian Nasional dirasakan masih belum mampu menjalankan peranannya secara optimal sebagai penyerap risiko di masyarakat, sekaligus sebagai *backbone* dan *safety net* dalam upaya pembangunan dan pertumbuhan sektor perekonomian nasional. Skema penjaminan risiko dan investasi yang dilakukan oleh Industri Perasuransian Nasional seharusnya mampu membantu terlaksananya mitigasi risiko finansial di masyarakat. Menilik kondisi terkini, Industri Perasuransian Nasional diharapkan mampu merumuskan strategi yang mampu mengoptimalkan kontribusinya pada sektor perekonomian nasional dalam aspek manajemen risiko, investasi dan pembentukan modal, peningkatan kesejahteraan masyarakat, serta penyokong program Pemerintah. Melalui pemahaman mendalam atas potensi Era Bonus Demografi, Industri Perasuransian Nasional diharapkan mampu melahirkan kebijakan dan program kerja yang mampu meningkatkan kontribusinya terhadap pertumbuhan sektor perekonomian nasional.

Bercermin pada situasi dan kondisi terkini dari masyarakat Indonesia, rendahnya tingkat penetrasi dan densitas asuransi disinyalir disebabkan oleh masih rendahnya tingkat literasi keuangan di masyarakat Indonesia, di mana, tingkat literasi asuransi adalah 19.4% dan tingkat literasi keuangan secara umum adalah 38.03%. Rendahnya tingkat literasi asuransi dan keuangan tersebut dapat disebabkan oleh masih rendahnya tingkat pendidikan, pendapatan,

dan kesadaran berasuransi pada sebagian masyarakat Indonesia. Hal tersebut menyebabkan masyarakat Indonesia belum memahami betul pentingnya asuransi. Selain itu, kondisi wilayah Indonesia yang merupakan negara kepulauan, turut memengaruhi percepatan penetrasi asuransi kepada masyarakat. Oleh karena itu upaya peningkatan literasi asuransi dan keuangan secara masif dan inklusif sangat diperlukan.

### **Pertumbuhan Industri Perasuransian Nasional di Era *Post* Pandemi COVID-19**

Meskipun tingkat penetrasi asuransi di Indonesia masih terbilang belum menggembirakan, upaya peningkatan penetrasi asuransi di Indonesia tampak mulai menemui titik terang sejak kehadiran Pandemi COVID-19 telah menimbulkan krisis meluas pada tatanan kehidupan manusia. Berdasarkan data yang dirilis dari *World Health Organization (WHO) Dashboard*, per-29 Maret 2023, jumlah kasus COVID-19 tercatat telah mencapai 761,402,282 kasus dengan 6,887,000 kematian secara global. Tingkat mortalita dan morbidita masyarakat meningkat dengan sangat signifikan selama Pandemi COVID-19. Tidak hanya harus mengalami kehilangan akibat masifnya korban jiwa, krisis masif pada dunia kesehatan tersebut telah menyebabkan masyarakat dan Pemerintah juga sangat terbebani akibat harus menanggung biaya-biaya yang terkait dengan masifnya dampak dari Pandemi COVID-19, seperti biaya perawatan penderita COVID-19 dan biaya pemakaman korban jiwa akibat COVID-19.

Selain dari krisis kesehatan, penting untuk diingat bahwa Pandemi COVID-19 juga telah

menyebabkan krisis yang meluas pada aspek sosial dan perekonomian. Strategi yang dilakukan Pemerintah dan pihak berwenang untuk memitigasi penyebaran COVID-19 telah menimbulkan disrupti aktivitas ekonomi yang signifikan di masyarakat. Bisnis di berbagai sektor perekonomian menghadapi penurunan pendapatan yang signifikan sebagai dampak dari arahan Pemerintah untuk melakukan penutupan bisnis atau pembatasan aktivitas bisnis, demi memitigasi penyebaran virus di masyarakat. Pembatasan tersebut meski dilakukan dalam upaya ikhtiar kesehatan, tak ayal telah menimbulkan kerugian financial pada pemilik usaha.

Dengan melihat dampak meluas yang disebabkan oleh Pandemi COVID-19, tidak mengherankan apabila masyarakat mulai 'melirik' proteksi yang ditawarkan oleh Industri Perasuransian Nasional. Dalam hal ini, masyarakat mulai menyadari bahwa asuransi dapat memberikan proteksi bagi mereka dari potensi risiko yang terjadi, termasuk di antaranya risiko kesehatan dan risiko finansial. Sebuah studi yang dipublikasikan di *PwC's COVID-19 Consumer Insurance and Retirement Pulse Survey* pada Juni 2020 menunjukkan adanya hubungan antara Pandemi COVID-19 dengan peningkatan minat masyarakat untuk membeli produk asuransi. Studi tersebut menyebutkan bahwa 15% dari responden *survey* menyatakan bahwa mereka berminat untuk membeli produk asuransi karena mempertimbangkan potensi dampak dari Pandemi COVID-19, dan 37% responden lainnya menyatakan kekhawatiran mereka bahwa pandemi dapat membawa dampak

finansial di masa depan pada rencana pensiun mereka.

Hasil *survey* yang dilakukan oleh PwC tersebut menunjukkan bahwa sebenarnya, kehadiran Pandemi COVID-19 secara optimis dapat dipandang sebagai titik terang tersendiri bagi Industri Perasuransian Nasional. Dihadapkan dengan risiko yang sewaktu-waktu dapat terjadi, pemikiran masyarakat mulai terbuka akan pentingnya memiliki proteksi asuransi untuk mencegah terjadinya potensi kerugian finansial. Masyarakat menjadi tersadarkan bahwa mereka rentan untuk mengalami dampak negatif dan kerugian akibat terjadinya *unpredictable events*, baik itu dampak negatif dari segi kesehatan maupun finansial. Ancaman suatu penyakit dapat membuat dirinya ataupun keluarganya mengalami kerugian, baik itu kerugian yang diakibatkan oleh biaya rumah sakit yang sangat besar, potensi disabilitas, kematian, kegagalan dan kerugian usaha, atau bahkan kegagalan memenuhi kewajiban kredit. Masyarakat menjadi tersadarkan bahwa dengan memiliki polis asuransi, mereka dapat tercegah dari mengalami kerugian finansial akibat terjadinya risiko-risiko tersebut. Singkat cerita, jika melihatnya secara optimis, Pandemi COVID-19 ini dapat meningkatkan *awareness* masyarakat akan manfaat berasuransi.

### **Upaya Peningkatan Penetrasi Industri Perasuransian Nasional, melalui Pemanfaatan Era Bonus Demografi dan Era *Post* Pandemi COVID-19**

Peningkatan *awareness* masyarakat terhadap asuransi yang terjadi selama dan *post*

Pandemi COVID-19 harus ditanggapi dengan antusias oleh industri, sebagai peluang untuk meningkatkan penetrasi asuransi di masyarakat. Industri Perasuransian Nasional selayaknya sigap dan tanggap untuk dapat menyambut peningkatan *awareness* masyarakat, melalui penyediaan produk asuransi dan skema penjaminan yang mampu memenuhi kebutuhan dan ekspektasi masyarakat. Selain itu, menilik fakta bahwa Indonesia saat ini tengah mulai memasuki Era Bonus Demografi, penting kiranya bagi Industri Perasuransian Nasional untuk memfokuskan upaya peningkatan penetrasi asuransi pada kelompok usia produktif selaku kelompok yang mendominasi penduduk di Indonesia. Hal yang patut menjadi perhatian adalah tingkat penetrasi asuransi pada kelompok usia produktif di Indonesia masih relatif rendah. Oleh karena itu, penting bagi Industri Perasuransian Nasional untuk mampu mengidentifikasi faktor-faktor yang menjadi penyebab dari rendahnya tingkat penetrasi asuransi pada generasi muda dan kelompok usia produktif.

Berdasarkan data dan literasi yang ada, secara umum terdapat tiga tipe *mental blockers* yang menjadi penyebab belum tergeraknya generasi muda dan kelompok usia produktif untuk membeli polis asuransi, yaitu, *innocence* (minimnya informasi dan edukasi terkait proteksi asuransi), *procrastination* (keinginan menunda membeli polis asuransi karena merasa belum adanya urgensi untuk memiliki proteksi asuransi), dan *struggle* (perasaan bahwa mereka tidak mampu membeli/menjangkau polis asuransi). Penting bagi Industri Perusahaan Nasional untuk mampu

mengelaborasi ketiga faktor tersebut, untuk dapat melahirkan inovasi dan solusi yang mampu menggenjot pertumbuhan Industri Perasuransian Nasional di Era Bonus Demografi dan Era *Post* Pandemi COVID-19 ini.

Faktor pertama adalah *innocence*, yang pada dasarnya merupakan faktor yang menjadi penyebab utama belum maraknya *awareness* berasuransi di masyarakat Indonesia pada umumnya. Masyarakat Indonesia cenderung berpersepsi bahwa asuransi adalah suatu produk yang dijual dan dapat dibeli, bukan merupakan suatu proteksi dan 'tameng' yang dapat melindungi diri dan keluarga dari potensi risiko dan kerugian. Persepsi tersebut telah menjadi budaya risiko yang mengakar dan mencerminkan perilaku masyarakat dalam berinteraksi dan bertindak jika dihadapkan pada risiko. Dalam perspektif generasi muda dan kelompok usia produktif, mereka cenderung merasa bahwa tabungan yang cukup dan memiliki sejumlah dana darurat seharusnya cukup untuk mengantisipasi dampak risiko yang mungkin terjadi.

Dengan melihat masih belum matangnya persepsi dan budaya risiko pada generasi muda dan kelompok usia produktif, penting untuk dilakukan upaya-upaya untuk meningkatkan pemahaman tentang *risk attitude* dan *risk behavior*. *Risk attitude* merupakan sikap yang dipilih seseorang atau kelompok terhadap risiko sebagai sikap awal yang dimiliki. Sementara itu, *risk behaviour* adalah perilaku yang tampak terkait risiko, seperti pengambilan keputusan berbasis risiko, komunikasi tentang risiko, dan proses pengelolaan risiko. *Risk attitude* yang diharapkan dapat dimiliki oleh generasi

muda dan kelompok usia produktif adalah terbentuknya budaya risiko yang memandang bahwa pengelolaan risiko menjadi kewajiban bagi semua orang, dan tidak hanya menjadi kewajiban bagi segelintir pihak saja, karena, pada hakikatnya setiap individu harus mampu mengandalkan dirinya masing-masing apabila mengalami suatu risiko. *Risk attitude* ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran setiap individu akan potensi risikonya masing-masing, serta upaya yang mereka dapat lakukan untuk memitigasi dampak dari potensi risiko tersebut, termasuk melalui kepemilikan proteksi asuransi.

Faktor kedua adalah *procrastination*, yang memiliki keterkaitan yang cukup erat dengan faktor *innocence*. Dalam hal ini, generasi muda dan kelompok usia produktif yang belum memiliki *awareness* yang baik tentang proteksi asuransi cenderung belum merasa memiliki urgensi untuk membeli polis asuransi. Kelompok usia produktif yang didominasi oleh kelompok Millennials dan Gen Z cenderung menunda berasuransi karena merasa telah memiliki tabungan yang memadai untuk mengantisipasi keadaan darurat, padahal proteksi asuransi sangat berguna untuk menutup pengeluaran tak terduga yang dapat cukup besar, seperti saat menderita penyakit, mengalami kecelakaan, kehilangan tempat tinggal, kehilangan pekerjaan, kehilangan anggota keluarga, menjadi korban bencana alam, atau mengalami kerugian usaha. Singkat kata, pada aspek kehidupan secara luas, proteksi asuransi merupakan salah satu pondasi utama sebuah keuangan yang sehat.

Meskipun memiliki proteksi asuransi dapat menghindarkan kita dari potensi kerugian di

kemudian hari, sebagian besar generasi muda dan kelompok usia produktif berpendapat bahwa membeli polis asuransi belum menjadi prioritas dari pengeluaran mereka. Mereka belum memahami bahwa seiring berjalannya waktu, masa produktif mereka akan semakin berkurang, sementara tanggung jawab mereka akan semakin bertambah. Seiring bertambahnya usia, kelompok usia produktif mungkin akan memiliki liabilitas rutin seperti pinjaman yang angsurannya harus dibayar secara rutin. Di saat mulai berkeluarga, mereka akan memiliki tanggung jawab untuk menanggung kebutuhan keluarga mereka, termasuk untuk keperluan bernominal besar yang bersifat *incidental* seperti biaya pernikahan atau kelahiran anak. Tak sedikit pula kelompok usia produktif yang memiliki tanggungan seperti orang tua yang telah mencapai usia pensiun, orang tua yang memerlukan perawatan kesehatan khusus, atau adik yang masih harus dibiayai pendidikannya. Padahal di saat yang sama, kelompok usia muda harus memiliki tabungan serta investasi yang cukup untuk memastikan kesejahteraan hidup mereka tetap terjaga di saat nantinya mereka sudah tidak produktif lagi.

Masih belum terbukanya pemikiran generasi muda dan kelompok usia produktif akan pentingnya berasuransi tercermin pada data yang dilansir dari *Good News from Indonesia 2020*, yang menyatakan bahwa kaum Millennials merupakan generasi yang menduduki peringkat pertama sebagai generasi penggemar *online shopping*. Hal tersebut menunjukkan rentannya kaum Millennials terhadap gaya hidup konsumtif. Jika kegiatan ini berlangsung dalam kurun

waktu yang lama, tentu akan mengganggu kesehatan keuangan mereka, serta dikhawatirkan kaum Millennials kurang bisa memaksimalkan kesempatannya untuk menabung, berinvestasi, dan memproteksi masa depannya melalui kepemilikan polis asuransi.

Faktor terakhir yang menjadi penyebab dari rendahnya tingkat penetrasi asuransi pada generasi muda dan kelompok usia produktif adalah *struggle*, yaitu kondisi di mana generasi muda dan kelompok usia produktif merasa bahwa harga polis asuransi yang saat ini beredar di pasaran cenderung di luar jangkauan/kemampuan mereka. Dengan nominal tersebut, generasi muda dan kelompok usia produktif cenderung memilih mengeluarkan uang untuk membiayai keperluan hidup, atau bahkan memenuhi keinginan konsumtif. Padahal, sebenarnya semakin muda usia kita saat membeli asuransi, semakin rendah premi asuransi yang harus kita bayarkan.

Ketiga faktor di atas lah yang harus menjadi perhatian bagi Industri Perasuransian Nasional dalam merumuskan strategi peningkatan penetrasi asuransi di Indonesia, yaitu, melalui pengembangan produk asuransi dan skema penjaminan yang menarik, terjangkau, serta mampu memenuhi kebutuhan dan ekspektasi generasi muda dan kelompok usia produktif. Kesempatan pengembangan produk asuransi pada dasarnya terbuka lebar, mengingat masyarakat Indonesia merupakan masyarakat heterogen dengan kebutuhan beragam, yang tentunya tidak dapat dipenuhi oleh asuransi wajib, asuransi sosial, atau segelintir produk asuransi saja. Kesempatan itulah yang harus disigapi oleh

Industri Perasuransian Nasional, di mana industri diharapkan dapat mengembangkan produk asuransi dan skema penjaminan yang bervariasi, serta dapat memenuhi kebutuhan berbagai kelompok masyarakat secara *segmented*.

Pengembangan produk asuransi dan skema penjaminan secara *segmented* diartikan sebagai melakukan pengembangan produk asuransi dan skema penjaminan berdasarkan profil, kriteria, karakteristik, dan kebutuhan dari kelompok masyarakat tertentu. Beberapa contoh inisiatif pengembangan produk asuransi yang bersifat *segmented* adalah pengembangan produk yang didasarkan pada kelompok usia (misalnya, pengembangan produk proteksi terhadap disabilitas untuk kelompok usia dewasa serta produk proteksi pendidikan untuk kelompok usia anak dan remaja), jenis kelamin (misalnya, pengembangan produk kanker untuk wanita dan kanker untuk pria), dan *hobby/kegemaran* tertanggungnya (misalnya, produk proteksi untuk aktivitas bersepeda).

Dalam merumuskan strategi peningkatan penetrasi asuransi di Indonesia pada Era *Post Pandemi COVID-19* dan Era *Bonus Demografi*, penting untuk diingat bahwa Indonesia merupakan negara berkembang dengan ukuran populasi usia produktif yang sangat besar. Hal ini menggarisbawahi bahwa Industri Perasuransian Nasional perlu melakukan pendekatan multifaset yang meliputi aspek edukasi, pengembangan produk asuransi yang bersifat *segmented*, simplifikasi produk asuransi, integrasi teknologi dalam pengembangan dan pemasaran produk asuransi, *partnership* dengan institusi pendidikan, kolaborasi

dengan *youth-oriented organizations*, serta pemberian insentif yang mampu menarik minat dari generasi muda untuk berasuransi. Dengan mengadopsi strategi tersebut, Industri Perasuransian Nasional diharapkan mampu meningkatkan penetrasi asuransi pada generasi muda melalui peningkatan *awareness* pentingnya berasuransi, serta membuat generasi muda mampu memahami kebutuhan mereka akan proteksi asuransi.

Dari aspek pengembangan produk, Industri Perasuransian Nasional perlu melahirkan ide dan inovasi produk baru yang sekiranya mampu menarik minat dari generasi muda dan kelompok usia produktif. Industri Perasuransian Nasional perlu memahami perspektif kebutuhan asuransi dari generasi muda dan kelompok usia produktif, yang umumnya menginginkan proteksi asuransi yang dapat dimanfaatkan dalam waktu dekat. Dalam hal ini, umumnya generasi muda dan kelompok usia produktif tidak terlalu berminat untuk memiliki produk asuransi pensiun atau jaminan hari tua. Sebaliknya, mereka akan lebih berminat untuk memiliki produk asuransi yang mampu melindungi keseharian dan aktivitas mereka, seperti misalnya produk asuransi kesehatan, produk asuransi perjalanan (*travel*), produk asuransi *hobby*, atau produk asuransi berbasis investasi yang menawarkan *high return*.

Selain dari perspektif kebutuhan, penting untuk diingat pula bahwa generasi muda dan kelompok usia produktif umumnya masih memiliki liabilitas yang besar. Oleh karena itu, kemungkinan besar, mereka akan lebih tertarik untuk membeli produk asuransi dengan biaya yang terjangkau. Melihat perspektif ini, penting bagi Industri

Perasuransian Nasional untuk mampu mengembangkan produk asuransi yang bersifat *compact* dan terjangkau, untuk bisa mendapatkan *large number* dari populasi usia muda di Indonesia. Pengembangan produk ini tentunya membutuhkan data berbasis *experience* yang dapat memastikan bahwa produk asuransi ini tidak hanya dapat menjadi *profit generator*, namun juga dapat membantu sustainabilitas dari Industri Perasuransian Nasional.

Selain dari aspek pengembangan produk dan keterjangkauan harga produk, mengingat bahwa Industri Perasuransian Nasional akan menargetkan generasi muda dan kelompok usia produktif, penting untuk mengedepankan aspek *customer experience* pada pengembangan dan pemasaran produk. Upaya peningkatan aspek *customer experience* pada produk asuransi dapat dilakukan melalui implementasi teknologi digital, yang menjadi jantung dari sektor perekonomian. Transformasi digital menjadi salah satu alasan besar di balik tetap bertumbuhnya sektor perekonomian global di tengah segala disrupsi dan volatilitas yang ada. Transformasi digital telah menjadi akselerator dari peningkatan kapabilitas dan produktivitas masyarakat, yang pada akhirnya memberikan sumbangsih besar bagi industri dan negara pada umumnya.

Aspek digitalisasi dan transformasi digital penting untuk menjadi perhatian, karena, pada dasarnya, industri-industri telah mulai menetapkan dan menjalani *roadmap* menuju ke transformasi digital dan otomatisasi sejak beberapa tahun yang lalu. Tren transformasi dan otomatisasi tersebut pada dasarnya dipicu oleh adanya perubahan demografi, ekspektasi konsumen, serta

tekanan persaingan di antara para pelaku pada industri tersebut. Pandemi COVID-19 pada dasarnya hanya menjadi katalis yang mengakselerasi transformasi tersebut. Kehadiran Pandemi COVID-19 menyadarkan masyarakat bahwa sebenarnya mereka dapat melakukan interaksi dan berbagai aktivitas lainnya –termasuk aktivitas ekonomi dan bisnis– secara *online/virtual* dan *remote/mobile*. Perusahaan Asuransi hendaknya memanfaatkan kemajuan teknologi, dan memanfaatkan digitalisasi dalam pengembangan, pemasaran, dan pengelolaan portofolio suatu produk asuransi.

Implementasi teknologi digital juga diharapkan dapat mempercepat dan meningkatkan kualitas pelayanan kepada *customer*, termasuk di antaranya mengakses produk, memilih produk, membeli polis, menjalani seleksi risiko, hingga mempermudah proses pengajuan klaim atas polis tersebut. Interaksi dan aktivitas yang dilakukan secara online/virtual dan mobile ini tak jarang justru dinilai dapat lebih efektif, sehingga dapat mempererat *engagement* antara perusahaan asuransi dengan *customernya*. Hal ini patut menjadi perhatian, agar pertanggung jawaban asuransi jiwa dapat menarik minat penduduk muda/usia produktif, yang nantinya akan mendominasi peta demografi penduduk Indonesia. Dalam hal ini, perusahaan Asuransi dituntut untuk dapat bersikap *agile*, dan mengimbangi perubahan perspektif, pola hidup, aktivitas, serta preferensi dari masyarakat ini. Pada akhirnya, implementasi digitalisasi dalam produk dan proses bisnis Perusahaan akan menjadi suatu *competitive advantage* bagi perusahaan tersebut.

Era Bonus Demografi dan Era *Post* Pandemi COVID-19, pada akhirnya merupakan tantangan sekaligus peluang bagi Industri Perasuransian Nasional dan sektor perekonomian nasional. Demografi dan pandemi secara mandiri tentunya tidak menentukan nasib pertumbuhan sektor perekonomian, namun, kedua faktor tersebut tentu merupakan faktor-faktor utama yang menentukan potensi pertumbuhan dan sustainabilitas perekonomian di suatu negara. Industri Perasuransian Nasional selayaknya mampu memanfaatkan Era Bonus Demografi dan Era *Post* Pandemi COVID-19 untuk mampu mengoptimalkan kontribusinya pada sektor perekonomian nasional dalam aspek manajemen risiko, investasi dan pembentukan modal, peningkatan kesejahteraan masyarakat, serta penyokong program Pemerintah. Oleh karena itu, melalui pemahaman mendalam atas potensi Era Bonus Demografi, Industri Perasuransian Nasional diharapkan mampu

melahirkan kebijakan dan program kerja yang mampu meningkatkan kontribusinya terhadap pertumbuhan sektor perekonomian nasional.

Pemanfaatan Era Bonus Demografi dan Era *Post* Pandemi COVID-19 sebagai katalisator dari perkembangan dan kemajuan negara tentu tidak akan semudah membalikkan telapak tangan. Diperlukan sinergi yang harmonis antara Pemerintah dengan para pemangku kebijakan dan seluruh lapisan masyarakat, serta komitmen yang kuat dan konsisten untuk senantiasa menjalankan strategi-strategi yang telah dicanangkan. Semua hal tersebut perlu dilakukan agar Visi Indonesia Emas Tahun 2045 dapat benar-benar terwujud.

\*\*\*

Sumber artikel:

<https://www.ojk.go.id/ojk-institute/en/news/read/955/pemerintah-siap-kan-sdm-unggul-di-era-bonus-demografi>

<https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/responding-to-the-covid-19-and-pandemic-protection-gap-in-insurance-35e74736/>

<https://www.pwc.com/id/en/crisis-centre/covid-19-and-the-indonesian-insurance-industry.pdf>

<https://axa.co.id/-/wajib-tahu-ini-produk-asuransi-paling-cocok-untuk-milenial-1>

<https://www.investopedia.com/articles/investing/012315/how-demographics-drive-economy.asp>