

## **Economic Bulletin – Issue 20**

# ***Insurtech*: Upaya Mengembangkan Pasar Asuransi Melalui Transformasi Digital.**

- *Insurtech* merupakan gabungan dari kata “insurance” dan “technology” merujuk pada penggunaan inovasi teknologi yang dirancang untuk mencapai efisiensi dari model bisnis industri asuransi saat ini. Industri *insurtech* secara global sudah memasuki masa *maturity* terlihat dari jumlah perusahaan *insurtech* baru yang menurun secara drastis dan angka *deals* yang juga turun walaupun jumlah nominal investasi naik secara signifikan. Hal tersebut mengindikasikan bahwa sudah mulai munculnya *barriers to entry* di industri tersebut.
- Pendanaan atau investasi industri *insurtech* perlahan-lahan mulai menyasar negara-negara *emerging markets* terutama Asia. Akan tetapi, pengembangan potensi pasar tersebut masih menghadapi tantangan terutama dari sisi permintaan terkait dengan kemampuan daya beli produk asuransi serta rentannya *sustainability* pembayaran premi.
- Terdapat dua kemungkinan hubungan kausalitas dari industri ini bahwa industri *insurtech* akan merevolusi pasar asuransi atau fenomena sebaliknya bahwa industri *insurtech* baru akan bisa berkembang jika kondisi pasar asuransi sudah *mature*.
- Dalam mendorong inovasi dan pengembangan industri *insurtech* dibutuhkan dukungan kerangka regulasi yang spesifik seperti kerangka regulator *sandbox* khusus *fintech* dan *insurtech* serta koordinasi yang jelas antar regulator terutama terkait dengan lisensi.

### **Reza Yamora Siregar**

reza.jamora@ifg.id  
Head of IFG-Progress

### **Ibrahim Khoilul Rohman**

Ibrahim.khoilul@ifg.id  
Senior Research Associate

### **Afif Narawangsa Luviyanto**

Afif.luviyanto@ifg.id  
Research Associate

### **Nada Serpina**

Nada.serpina@ifg.id  
Research Associate

---

## A Glimpse of Global Insurtech

---

Perkembangan teknologi digital di Indonesia mengubah pandangan dari berbagai sudut sosial tidak terkecuali perusahaan-perusahaan yang bergerak di industri asuransi. Setelah perkembangan pesat pada industri *fintech*, industri asuransi mulai mengadopsi inovasi teknologi digital dengan adaptasi proses bisnis maupun cara menjangkau konsumen dengan lebih efisien dan *user-friendly* yang saat ini dikenal dengan *insurtech*. Signrity (2017)<sup>1</sup> menjelaskan bahwa *insurtech* adalah sebuah merek dagang dari industri asuransi yang mengedepankan aplikasi dan perangkat lunak dengan membuat model bisnis yang lebih inovatif dan memberikan pengalaman baru (*user experience*) kepada masyarakat. Dalam definisi lain, McKinsey & Company (2017)<sup>2</sup> menjelaskan bahwa *insurtech* adalah disrupti baru di industri asuransi yang lahir dengan tujuan untuk melayani masyarakat yang saat ini lebih akrab dengan produk maupun jasa digital.

Yaneva (2021)<sup>3</sup> juga menjelaskan bahwa transformasi digital tidak hanya berfokus pada internal perusahaan saja, namun juga pada perubahan kultur dan struktur organisasi melalui integrasi teknologi digital. Salah satu hal yang dihadapi oleh industri asuransi adalah kebutuhan untuk menyesuaikan model bisnis dengan pergeseran kebiasaan yang semakin terdigital ditandai dengan ketergantungan teknologi digital seperti *smartphone*, *digital platform*, dan lain sebagainya terutama setelah adanya pandemi COVID-19 (Google, Temasek & Bain, 2022).

Dalam kajian ini, kami akan membahas berbagai aspek terkait dengan perkembangan *insurtech* mulai dari penjelasan konsep, kondisi pasar global saat ini dan bagaimana pola investasi yang terbentuk saat ini yakni apakah melihat *insurtech* sebagai industri yang sudah *mature* atau sebaliknya yaitu sebagai industri yang masih dalam tahap pengembangan. Selain itu, kami juga akan membahas bagaimana digitalisasi berpengaruh terhadap proses bisnis dan strategi yang dilakukan oleh perusahaan asuransi. Pada bagian terakhir dari tulisan ini, kami akan menjelaskan karakteristik *insurtech* di beberapa negara serta regulasi yang saat ini diimplementasikan untuk mendukung perkembangan *insurtech*. Pada setiap pembahasan kami melakukan perbandingan fenomena *insurtech* di antara negara berkembang dan maju sebagai bagian dari analisa komparasi.

### Apa itu *insurtech*?

Istilah *insurtech* lahir dari penerapan inovasi digital yang dilakukan oleh perusahaan asuransi sebagai bentuk upaya *catching up* terhadap perkembangan ekonomi global yang semakin terpengaruh oleh teknologi digital. Pada Exhibit 1, terlihat bahwa proses transformasi digital pada industri asuransi berawal dari *awareness* perusahaan asuransi

---

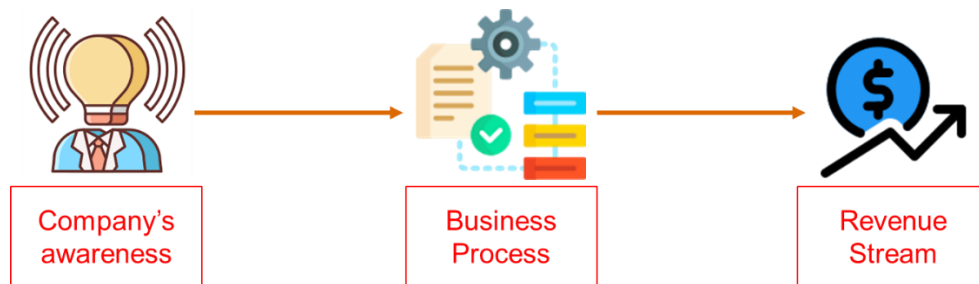
<sup>1</sup> Signrity. (2017). *What is Insurtech? And Why the Insurance Industry Should Take Immediate Notice*

<sup>2</sup> McKinsey&Company. (2017). *Insurtech – the threat that inspires.*

<sup>3</sup> Yaneva, T. (2021). *Digital Transformation of Insurance Sector*. Economic Sciences Series, vol.10 No.1 2021.

terhadap kebutuhan transformasi digital sebagaimana yang terjadi di fenomena *financial technology (fintech)* secara umum.

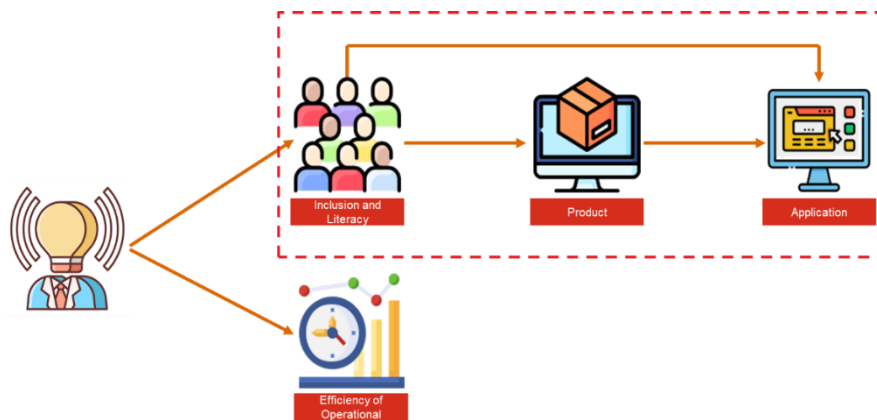
**Exhibit 1. Company awareness (1/2)**



Sumber: Yaneva, T. (2021). *Digital Transformation of Insurance Sector. Economic Science Series, vol.10 No 1 2021, IFG Progress.*

*Insurtech* diawali oleh kesadaran perusahaan apakah inovasi digital dibutuhkan sebagai bentuk pengembangan dalam proses operasional perusahaan. Selanjutnya, penerapan proses bisnis akan menspesifikkan teknologi apa yang akan digunakan sehingga lahir model bisnis baru yang lebih ramah kepada *end-users*. Karakteristik industri terkait dengan literasi dan inklusi saat ini akan menentukan pilihan strategi yang akan digunakan serta menjustifikasi apakah transformasi yang dilakukan oleh perusahaan akan direspon dengan peningkatan adopsi teknologi di level *end-users* (Exhibit 2).

**Exhibit 2. Company awareness (2/2)**



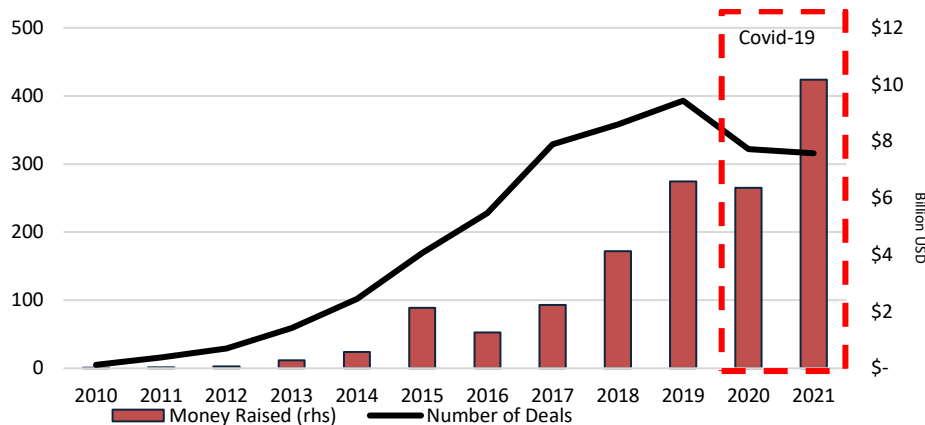
Sumber: Yaneva, T. (2021). *Digital Transformation of Insurance Sector. Economic Science Series, vol.10 No 1 2021, IFG Progress.*

Secara bersamaan kehadiran *insurtech* di industri asuransi menjadi ancaman bagi *incumbents* sekaligus menjadi kesempatan bagi *new entrants* untuk menjalin *partnership* dikondisi pasar yang sangat dinamis saat ini. Dengan latar belakang tersebut, sangat penting bagi perusahaan asuransi melakukan identifikasi apakah masyarakat telah mampu melakukan adopsi teknologi dengan disrupti model bisnis yang baru.

## Global Landscape of Insurtech

Seiring berjalannya waktu, *insurtech* menjadi tren industri asuransi yang terjadi secara global. Dapat dilihat pada Exhibit 3, bahwa jumlah dana yang diinvestasikan dan jumlah *deals*<sup>4</sup> memiliki tren yang meningkat. Sepanjang 11 tahun terakhir, jumlah maupun besaran investasi yang terjadi diindustri ini mengalami kenaikan yang sangat signifikan. Pada tahun 2021, total jumlah *deals* mencapai 316 dimana sebagai perbandingan pada tahun 2010 hanya sejumlah 5 (CAGR 11Y: 475%). Jumlah total dana yang diinvestasikan pada tahun 2021 senilai USD10 miliar dimana pada tahun 2010, jumlah uang yang diinvestasikan hanya sebesar USD23 juta (CAGR 11Y: 3902%). Pada periode 2020-2021 (pandemi COVID-19) terlihat adanya penurunan pada jumlah *deals* pada tahun 2020 sehingga investor lebih memilih untuk melakukan *wait and see*. Namun, pada tahun 2021 walaupun jumlah *deals* menurun, total investasi yang terjadi mengalami kenaikan yang signifikan. Dapat terlihat bahwa industri *insurtech* mulai memasuki masa *mature* secara global. Dengan kata lain, investor mulai berfokus kepada angka *deals* yang lebih sedikit jika dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya. Industri ini mulai menemukan *foothold* untuk bertahan dan berkembang. Investor-investor dengan dana yang besar mulai menginvestasikan dana mereka kepada perusahaan-perusahaan *insurtech* tertentu tanpa melakukan *seeding* pada pemain baru.

**Exhibit 3. Total money raised by insurtech**



Sumber: NTT Data (2022). *Insurtech Global Outlook 22 The Four Forces of Acceleration of the Insurance Liquid Ecosystem*.

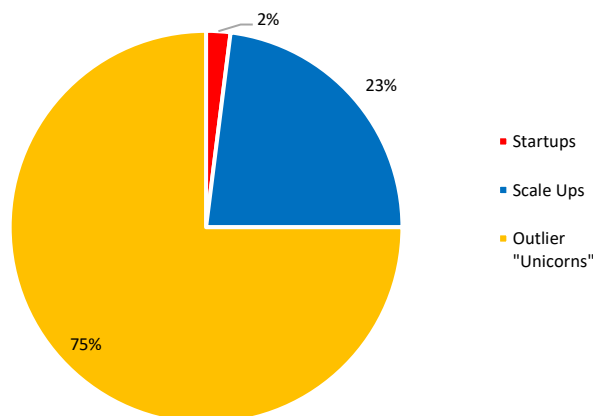
Dari segi jenis perusahaan yang diinvestasikan (Exhibit 4), banyak dari *startups* dan *scales up* yang mendapat *funding* dari investor<sup>5</sup>. Sebanyak 34% dari total jumlah perusahaan *insurtech* masih berupa perusahaan baru yang mencoba untuk masuk ataupun bertahan di industri *insurtech*. Skala *funding* untuk *startup* masih dibawah USD5 juta. Untuk skala *scale up* sekitar 61,5% berupa perusahaan yang dalam masa periode berkembang. Skala pendanaan pada tahap *scale ups* adalah USD5 juta – USD100 juta.

<sup>4</sup> Dalam kajian ini deals didefinisikan sebagai partisipasi insurers ke dalam kegiatan investasi sebagai investor maupun *lead investors*

<sup>5</sup> Dalam kajian ini *start-up* didefinisikan sebagai perusahaan yang baru didirikan dan memiliki potensi berkembang dan *scale-ups* didefinisikan sebagai perusahaan muda yang berkembang pesat dengan mengutamakan inovasi serta mengalami perkembangan pesat di beberapa tahun terakhir.

Hanya 4,5% dari total perusahaan yang disebut *unicorns* mendapat *funding* diatas USD100 juta.

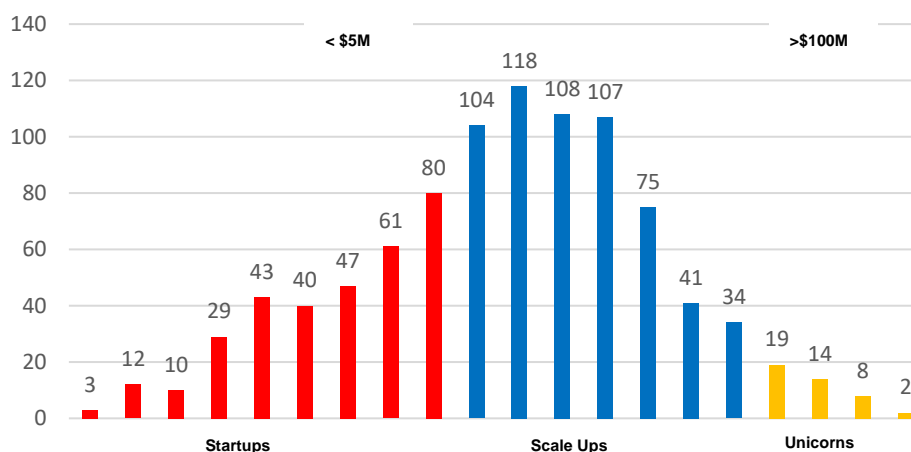
**Exhibit 4. Proporsi dana investasi pada industri *insurtech* menurut skala perusahaan.**



Sumber: NTT Data (2022). *Insurtech Global Outlook 22 The Four Forces of Acceleration of the Insurance Liquid Ecosystem*

Namun, jika dilihat dari persentase total *funding* yang masuk (Exhibit 5), *unicorns* mendominasi dari total *funding* sebesar 75%, walaupun jumlah perusahaan yang mendapat *funding* hanya 4,5%. *Scale-ups* mendapat 23% dari total *funding* dan *startups* hanya mendapat 2% dari total *funding*. Hal ini dapat dilihat bahwa investor memiliki *confidence* yang tinggi terhadap perusahaan yang sudah stabil dan memiliki pangsa pasar yang sudah terbentuk.

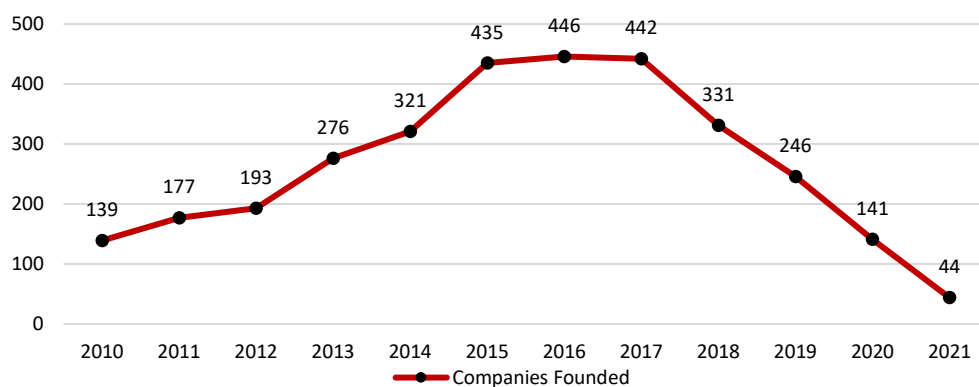
**Exhibit 5. Proporsi dana investasi pada industri *insurtech* menurut nominal investasi**



Sumber: NTT Data (2022). *Insurtech Global Outlook 22 The Four Forces of Acceleration of the Insurance Liquid Ecosystem*

Exhibit 6 menunjukkan bahwa jumlah perusahaan *insurtech* yang lahir mengalami penurunan yang signifikan setelah tahun 2017. Hal tersebut menunjukkan bahwa *barriers to entry* untuk industri *insurtech* sudah mengalami kematangan sehingga semakin sulit untuk menjadi *dominant player* di industri tersebut karena adanya *incumbent* yang sudah melalui fase *critical mass* dan mencapai *traction* tertentu. Saat suatu industri mengalami penurunan jumlah *new entrants*, biaya, maupun penilaian terhadap industri tersebut semakin kompleks dan pemain baru akan lebih sulit mengumpulkan data dikarenakan *incumbent* yang sudah memiliki nama besar dapat menerapkan beberapa strategi dengan memanfaatkan *economies of scale* dan *economies of scope* yang juga berdampak kepada *pricing* di pasar.

**Exhibit 6. Perkembangan jumlah perusahaan *insurtech* secara global**



Sumber: NTT Data (2022). *Insurtech Global Outlook 22 The Four Forces of Acceleration of the Insurance Liquid Ecosystem*

Dalam operasinya, *insurtech* sebagaimana perusahaan asuransi yang lain akan memiliki *value chain* sampai dengan produk jasa mereka sampai kepada konsumen. Dari sisi *market conduct*, dapat dilihat pada Exhibit 7, bahwa tingkat konsentrasi tertinggi *insurtech* pada *value chain* jatuh pada *marketing and distribution* mengingat bahwa pengenalan produk kepada konsumen dan keterjangkauan pasar adalah hal penting. Jika kita lihat pada asuransi kendaraan, kesehatan, maupun jiwa, *marketing and distribution* mendominasi konsentrasi investasi *insurtech*. Kondisi global menunjukkan bahwa komponen terpenting adalah pengenalan atau pemasaran dan distribusi produk asuransi. Hal ini karena kebutuhan utama untuk pemecahan masalah yang terjadi pada nasabah melalui akses digital untuk mendapatkan *competitive advantage* dalam menghadapi pesaing dari perusahaan asuransi konvensional. Namun, tidak dapat dihindarkan jika perusahaan *incumbent* konvensional juga melakukan adaptasi secara *massive*, perusahaan *insurtech* akan dipaksa untuk melakukan inovasi dari sisi produk maupun jasa asuransi.

**Exhibit 7. Konsentrasi *insurtech***

Value Chain	P&C: Motor	P&C: Other**	Health	Life
Product development	2%	5%	2%	2%
Marketing and distribution	8%	21%	7%	7%
Pricing and underwriting	3%	6%	2%	2%
Policy management	2%	5%	2%	2%
Claims	3%	6%	2%	1%
Other*	1%	4%	2%	2%

\*Includes IT, HR, finance, and other support function

\*\*Including accident, fire and property, liability, and other P&C insurance

Sumber: Yaneva, T (2022). *Digital Transformation of Insurance*, *Izvestia Journal of The Union of Scientist – Varna*

**How does *insurtech* work?**

Masuknya digitalisasi (*insurtech*) pada tahapan awal (*digitalized Insurance*) akan berdampak pada efisiensi aliran *product management* hingga interaksi kepada nasabah. Perusahaan asuransi tanpa ada sentuhan digitalisasi (*Insurance*) akan sulit mengidentifikasi informasi-informasi apa saja yang belum disampaikan ataupun informasi yang dapat dikelola dan dianalisa untuk mengenal lebih dalam karakteristik konsumennya. Selanjutnya, tahapan ke-2 dari digitalisasi terhadap sektor asuransi adalah peningkatan kualitas pengolahan data dan algoritma yang digunakan. Dalam tahapan ini, perusahaan asuransi masih menggunakan beberapa analisa manual untuk menentukan produk-produk apa saja yang cocok dengan memperhitungkan karakteristik yang sudah dikumpulkan secara rapi dan mudah untuk dikelola. Tahapan terakhir pada proses *value chain* akan dipersingkat dengan penggunaan teknologi *Artificial Intelligence* (AI) yang menghubungkan langsung antara produk dan jasa yang nantinya akan disampaikan kepada nasabah. Dalam tahapan ini, perusahaan asuransi yang sudah berubah menjadi *insurtech* mampu menganalisa dan mengelola secara efisien serta akurat dan nasabah dapat mendapatkan arahan produk yang cocok untuk mereka (*matching and profiling process*). Fokus dari evolusi asuransi dari asuransi konvensional ke model bisnis *insurtech* adalah perolehan hingga pengolahan data yang lebih mudah bagi perusahaan serta pencocokan produk kepada masyarakat (Exhibit 8).

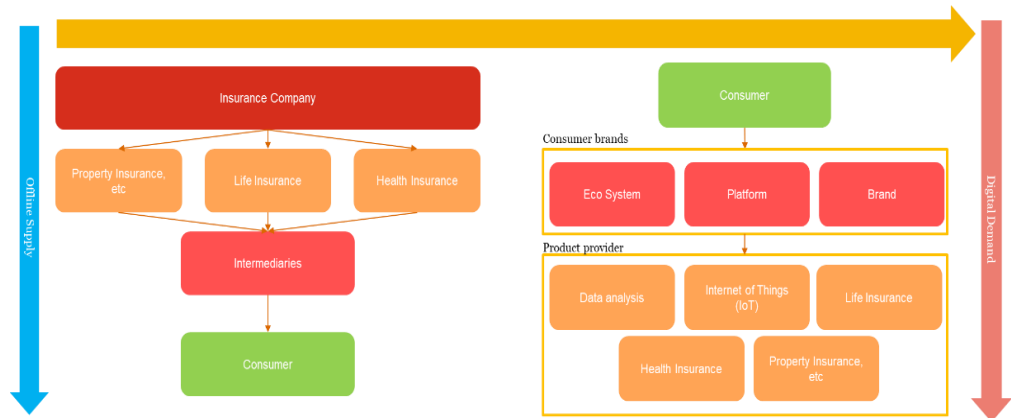
**Exhibit 8. Tahapan penerapan inovasi digital di sektor asuransi**



Sumber: Yaneva, T (2022). *Digital Transformation of Insurance*, Izvestia Journal of The Union of Scientist - Varna

Pada awalnya (Exhibit 9), penentuan produk asuransi untuk masing-masing lini bisnis dilakukan oleh perusahaan asuransi (*top-down*) yang nantinya akan dilanjutkan kepada *intermediaries* untuk disampaikan kepada nasabah. Pengaruh dari digitalisasi merubah struktur (*top-down*) menjadi *bottom up*. Awalnya perusahaan asuransi sebagai penentu produk dan *insurtech* merubah pola tersebut dimana konsumen berperan sebagai penentu produk. Melalui ekosistem yang terintegrasi, *platform* dan *brand* yang kuat, data-data yang sudah dikumpulkan dari konsumen akan dilanjutkan kepada *product provider* yang selanjutnya akan diformulasikan produk apa yang cocok dengan keadaan pasar.

**Exhibit 9. Perubahan pihak penentu produk (penentuan dari perusahaan berubah menjadi konsumen)**



Sumber: Yaneva, T (2022). *Digital Transformation of Insurance*, Izvestia Journal of The Union of Scientist - Varna



Terdapat beberapa teknologi yang menjadi fondasi terbentuknya *insurtech* yaitu *big data*, *Artificial Intelligence (AI)*, *Internet of Things (IoT)*, *cloud computing*, dan *blockchain*. Masing-masing dari fondasi teknologi ini memiliki keuntungan serta penerapan yang saling berintegrasi. Sebagai contoh; data-data yang telah terkumpul dari penggunaan IoT seperti akumulasi data akan dibantu oleh *big data* atau dua hal tersebut bisa menjadi perangkat yang bekerja secara komplementer. Secara garis besar, kemampuan perusahaan dalam mengumpulkan data secara *real time* dengan analisa risiko secara komprehensif akan meningkat. Pada akhirnya, proses bisnis yang dijalankan lebih efisien dan fleksibel dengan menargetkan kepada konsumen secara tepat.

## Potensi dan Tantangan Industri *Insurtech* (*Comparative Study*)

### Potensi dan Tantangan Industri *Insurtech* di *Emerging Markets*

Selama kurun waktu empat tahun terakhir, terjadi pergeseran negara tujuan investasi *insurtech*. Pada tahun 2017, negara tujuan investasi *insurtech* terkonsentrasi di negara-negara *advanced economies* seperti di negara Amerika Serikat, Jerman, dan Inggris (Exhibit 10). Sementara pada tahun 2021, perkembangan investasi *insurtech* mulai tumbuh di negara-negara Asia seperti Tiongkok, India, termasuk juga di Indonesia (Exhibit 11). Berdasarkan kondisi tersebut dapat disimpulkan bahwa investor *insurtech* perlahan-lahan mulai menyasar pasar asuransi di negara-negara *berkembang* terutama Asia. Momentum tersebut idealnya dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan potensi industri *insurtech* ditengah pertumbuhan industri asuransi yang masih sangat potensial untuk ditingkatkan.

Exhibit 10. *Insurtech investment by target country, 2017*

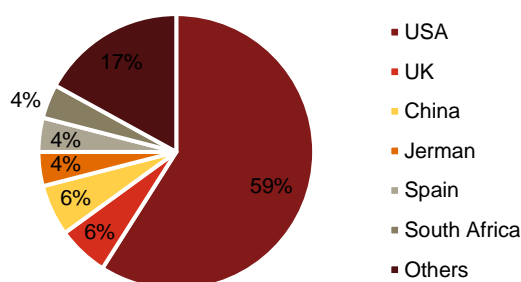
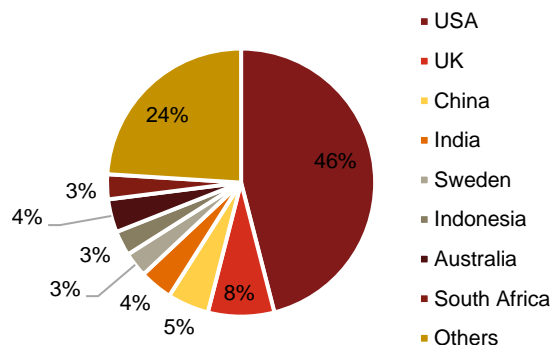


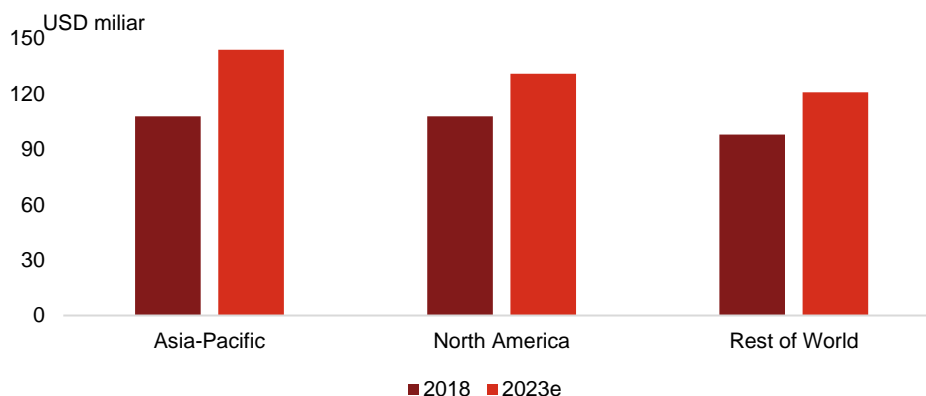
Exhibit 11. *Insurtech investment by target country, 2021*



Sumber: Willis Towers Watson

Mulai meningkatnya pendanaan *insurtech* di *developing countries* turut didukung oleh pasar asuransi yang masih potensial untuk dikembangkan. *Household wealth* di wilayah Asia-Pasifik diperkirakan akan terus tumbuh dan mencatatkan pertumbuhan melampaui wilayah North America (Exhibit 12). Seiring dengan semakin meningkatnya *household wealth* di wilayah Asia-Pasifik mengindikasikan semakin berkembangnya jumlah masyarakat kelas menengah yang idealnya dapat menjadi potensial konsumen dan menciptakan peluang bagi pengembangan pasar asuransi.

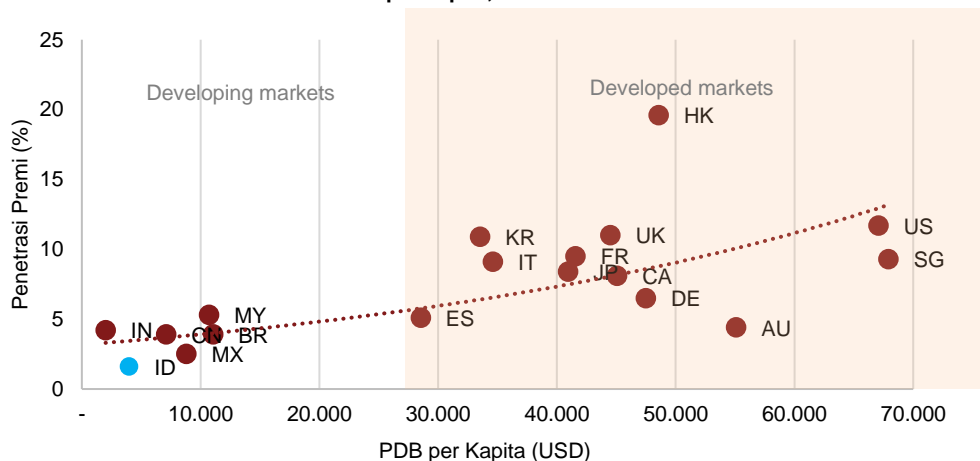
**Exhibit 12. Perkembangan *household wealth***



Sumber: Credit Suisse Research Institute, Global Wealth Report 2018.

Akan tetapi, potensial pasar asuransi di *developing countries* khususnya di negara-negara Asia belum sepenuhnya terserap dengan optimal. Pada Exhibit 13, menunjukkan perkembangan penetrasi premi dan Produk Domestik Bruto (PDB) per kapita yang menunjukkan kondisi yakni seiring dengan masih rendahnya PDB per kapita *developing countries* yang juga turut berpengaruh pada masih sangat rendahnya penetrasi premi asuransi di negara-negara tersebut. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa faktor pendapatan masyarakat masih menjadi *constraint* dan tantangan bagi industri asuransi untuk berkembang di *developing countries*.

**Exhibit 13. Penetrasi asuransi dan PDB per kapita, 2021**

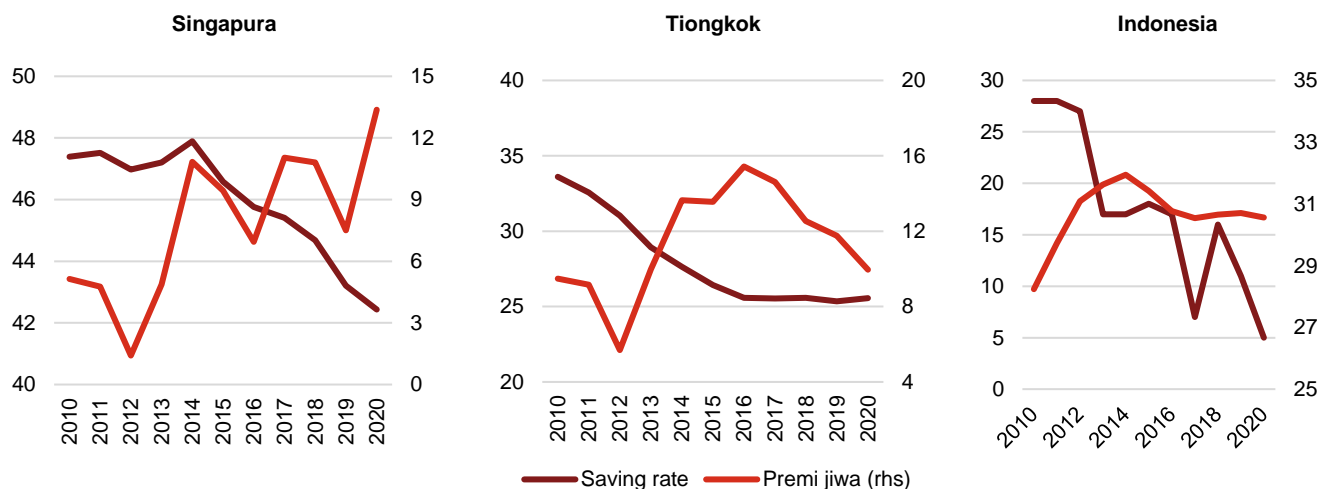


Sumber: Swiss Re.

Tantangan industri asuransi di *developing countries* juga ditunjukkan dari rentannya *sustainability* pembayaran premi asuransi akibat masih rendahnya kemampuan daya beli. Untuk melihat kondisi tersebut diproksikan oleh perkembangan *saving rate* dan premi asuransi jiwa dengan hubungan yang berlawanan dan bersifat substitusi. Jika *saving rate* meningkat, maka terdapat kecenderungan masyarakat mengurangi pengeluarannya terhadap produk asuransi jiwa yang diproksikan dari perkembangan

premi<sup>6</sup>. Pada Exhibit 14, untuk melihat kondisi tersebut dengan menggunakan data Singapura untuk representasi *developed countries*, serta Tiongkok dan Indonesia untuk representasi *developing countries*. Sepanjang 10 (sepuluh) tahun terakhir, perkembangan *saving rate* menunjukkan tren yang menurun di ketiga negara tersebut (Singapura, Tiongkok, dan Indonesia). Perkembangan premi di Singapura juga menunjukkan tren yang berlawanan yakni tumbuh positif. Akan tetapi, di Tiongkok dan Indonesia perkembangan premi asuransi jiwa sudah mengalami penurunan dan terus menunjukkan tren pelemahan dari awal tahun 2010 ditengah perkembangan *saving rate* yang juga terus menurun. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa faktor pendapatan yang masih terbatas juga mendorong rendahnya kemampuan daya beli masyarakat terhadap produk asuransi jiwa yang turut mendorong rentannya *sustainability* pembayaran premi. Hal tersebut turut menjadi tantangan yang fundamental bagi pengembangan *insurtech* dari sisi permintaan pasar asuransi yang belum optimal<sup>7</sup>.

Exhibit 14. Perkembangan *saving rate* dan premi asuransi jiwa, (5 moving average) (%)



Sumber: CEIC dan World Bank.

Cenfri dalam laporannya yang berjudul “*Insurtech for development: Emerging market trends, an update*” menjelaskan 5 (lima) tantangan pasar asuransi di negara berkembang yang masih menjadi *obstacle* industri *insurtech* untuk tumbuh, diantaranya:

1. *Lack of information on consumers*, konsumen *low-income* lebih jarang terlibat dalam sistem dokumentasi formal sehingga kepemilikan dokumentasi terkait jumlah dan kualitas data konsumen yang diperlukan untuk perusahaan asuransi melakukan *assessment* risiko terbilang cukup terbatas.
2. *Lack of access to consumers*, sebagian besar saluran distribusi produk asuransi tradisional masih didominasi oleh sistem konvensional seperti *branches*, broker, dan

<sup>6</sup>/ Akhter, Waheed, Vasileios Pappas, dan Saad Ullah Khan. 2017. *A comparison of Islamic and conventional insurance demand: Worldwide evidence during the Global Financial Crisis*. Research in International Business and Finance.

<sup>7</sup> Esser, et al. 2019. *Insurtech for development: Emerging market trends, an update*. Cenfri.org

agen. Selain itu, masyarakat di negara berkembang masih banyak yang tergolong *unbanked* sehingga menyulitkan industri untuk menjangkau konsumen.

3. *Different and new consumer needs*, produk dan harga asuransi yang banyak di pasaran saat ini dirancang seringkali tidak memenuhi kebutuhan spesifik konsumen berpenghasilan rendah.
4. *Consumers with limited experiences in dealing with formal financial services*, masyarakat dengan *low-income* memiliki tingkat literasi yang rendah dan umumnya kurang familiar dengan konsep asuransi yang formal.
5. *Constrained business models*, proses bisnis asuransi (baik *front* dan *backend*) membutuhkan biaya yang relatif cukup besar yang kurang dapat dipenuhi jika menggunakan *low-premium environment* sebagai upaya menyesuaikan dengan target konsumen *low-income*.

Selain tantangan pada pasar asuransi, faktor perbedaan karakteristik industri asuransi di negara *developed* dan *developing* juga perlu diperhatikan. Pada *developed countries* pasar asuransi baik jiwa seperti di Hong Kong yang tumbuh di level 5% dan asuransi umum seperti di Singapura yang tercatat di level 6%, relatif sudah menunjukkan kondisi yang *mature* dengan pertumbuhan premi (berdasarkan CAGR 5Y) yang cenderung stagnan dilevel *single digit* (Exhibit 15 dan 16). Disamping itu, di pasar asuransi jiwa Australia dan Singapura, perkembangan premi cenderung didorong oleh preferensi konsumen dalam memilih produk keuangan. Sementara itu, di *developing countries* (India, China, dan Indonesia), pasar asuransi jiwa lebih didorong oleh faktor demografi dan kondisi sektor riil. Adapun, ruang untuk industri asuransi tumbuh di *developing countries* masih tinggi seiring dengan semakin berkembangnya urbanisasi, pertumbuhan penduduk dan lahirnya *middle class income* yang mendorong permintaan yang kuat terhadap jasa asuransi. Melihat perbedaan karakteristik tersebut dibutuhkan strategi pengembangan *insurtech* yang sesuai.

**Exhibit 15. Karakteristik pasar asuransi jiwa di beberapa negara**

Life insurance market	GWP, 2021 (dalam juta USD)	CAGR 5Y	Highlights
Australia	16036	-16%	1. 75% <i>market share</i> industri asuransi didominasi oleh perusahaan asing 2. Penetrasi asuransi tergolong rendah dikarenakan tinggi permintaan atau ketergantungan masyarakat pada produk dana pensiun dibandingkan asuransi
Hong Kong	63738	5%	1. Struktur pasar relatif kecil, yakni 65% dari premi berasal dari 5 perusahaan 2. Permintaan thd produk <i>universal life insurance</i> tergolong tinggi seiring dengan tingginya proporsi jumlah individu yang <i>high-net-worth</i> .
Singapore	34352	14%	1. Pasar didominasi oleh perusahaan asing 2. Pertumbuhan pasar didorong oleh permintaan terhadap produk <i>investment-linked</i>
India	96679	9%	1. 70% dari premi industri berasal dari satu perusahaan besar 2. Pertumbuhan industri didorong oleh perkembangan ekonomi, deregulasi, dan peningkatan FDI
China	365456	7%	1. Struktur pasar relatif terfragmentasi dengan 50% dari premi industri berasal dari 5 perusahaan. 2. Permintaan pasar diekspektasikan terus tumbuh mengingat semakin tumbuhnya pendapatan dan <i>middle class</i>
Indonesia	13210	2%	1. Struktur pasar terfragmentasi dengan hampir 50% premi industri berasal dari 5 perusahaan 2. Penetrasi sangat rendah dikarenakan kurangnya kesadaran konsumen

Sumber: Bain and Company. Data GWP menggunakan data *direct premium written* bersumber dari Swiss Re.

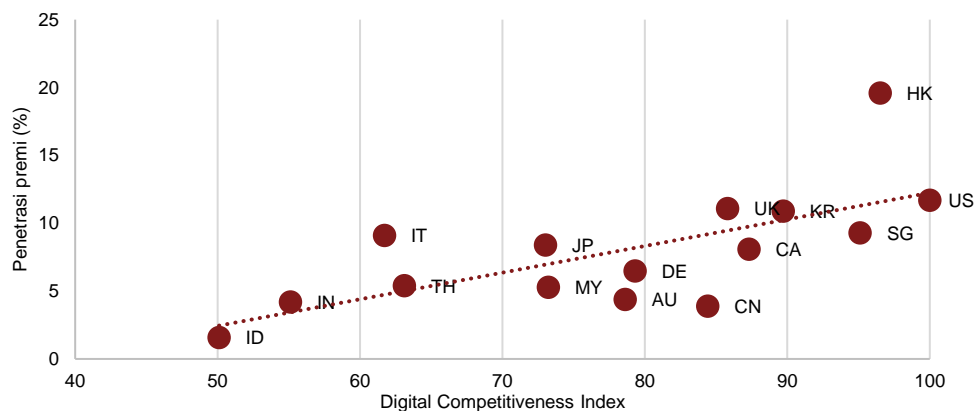
**Exhibit 16. Karakteristik pasar asuransi umum di beberapa negara.**

<i>Non-life insurance market</i>	GWP, 2021 (dalam juta USD)	CAGR 5Y	<i>Highlights</i>
Australia	56540	5%	1. Pasar relatif terkonsentrasi dengan 60% premi industri berasal dari 4 perusahaan 2. Tingginya risiko bencana alam mendorong pembelian asuransi kerugian
Hong Kong	8490	5%	1. Pasar sangat terfragmentasi 2. Kinerja industri cenderung stabil dikarenakan <i>size pasar yang relatif besar</i> dan cukup <i>mature</i>
Singapore	9806	6%	Pasar terfragmentasi
India	30296	9%	1. Pasar relatif terkonsentrasi dengan 55% dari premi industri berasal dari 5 perusahaan 2. Pertumbuhan industri diepektasikan meningkat yang diharapkan melalui perkembangan <i>online insurance</i>
China	330672	10%	1. Pasar terkonsentrasi dengan 60% premi industri disumbang dari 3 perusahaan 2. Produk didominasi oleh asuransi mobil 3. Pertumbuhan industri didorong oleh faktor demografi, namun tingkat persaingan harga cenderung tinggi
Indonesia	6206	4%	1. Pasar sangat terfragmentasi 2. Penetrasi cenderung sangat rendah, peningkatan kesadaran dan pembangunan infrastruktur diharapkan dapat menjadi faktor pendorong.

Sumber: Bain and Company. Data GWP menggunakan data direct premium written bersumber dari Swiss Re.

## Ekosistem Digital dan *Insurtech*

Sebagai bentuk inovasi pasar asuransi kedalam digitalisasi, *insurtech* dalam pengembangannya diperlukan kapabilitas ekosistem digital. Untuk melihat kapabilitas ekosistem digital suatu negara, analisa studi ini menggunakan *Digital Competitiveness Index* yang bersumber dari Institute for Management Development (IMD). Indeks tersebut mengukur tingkat kapabilitas ekosistem digital yang diukur dari 3 (tiga) aspek utama yakni *knowledge* (inovasi dan pemahaman pada transformasi digital), *technology* (perkembangan teknologi), dan *future readiness* (tingkat kesiapan suatu negara dalam menopang transformasi digital). Untuk melihat kondisi kapabilitas digital bagi industri *insurtech*, kami melakukan analisa hubungan antara penetrasi premi dan *digital competitiveness index*. Pada Exhibit 17, sebagian besar *developed countries* dengan kondisi *insurtech* yang sudah cukup *mature* memiliki tingkat penetrasi asuransi yang tinggi yang juga didukung oleh *digital competitiveness index* yang juga tinggi. Sementara itu, jika dibandingkan dengan negara-negara *peers*, Indonesia memiliki kapabilitas ekosistem digital dan penetrasi asuransi yang paling rendah. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa dalam mengembangkan potensi industri *insurtech* diperlukannya terlebih dahulu kondisi *market* asuransi yang *mature* dan kapabilitas ekosistem digital yang juga ideal untuk dapat menciptakan potensial *market* dari industri *insurtech*.

**Exhibit 17. Penetrasi asuransi dan *digital competitiveness index*, 2021**

Sumber: Swiss Re dan IMD World.

Salah satu tantangan terbesar industri asuransi di negara berkembang adalah tingkat kesadaran masyarakat terhadap pemanfaatan produk asuransi masih sangat rendah, dan juga tingkat pendapatan<sup>8</sup>. Sehingga demikian, kapabilitas ekosistem digital yang dibangun dalam industri *insurtech* dapat dibangun ke dalam interaksi yang dimana asuransi dapat bermanfaat. Maka dari itu, inovasi digital dalam industri asuransi melalui *insurtech* di negara berkembang dapat berfokus pada sisi konsumen atau *consumer-centric* dengan harapan dapat menjadi jembatan untuk memudahkan keterjangkauan masyarakat mengakses pasar asuransi dan lebih luasnya dapat menghadirkan produk asuransi yang bisa dijangkau oleh kalangan masyarakat. Kapabilitas ekosistem digital yang mumpuni dan *mature* juga memungkinkan pengembangan industri *insurtech* di negara berkembang menjadi lebih luas lagi dikarenakan biaya teknologi yang menurun dan jangkauan basis konsumen yang semakin besar seiring dengan semakin banyaknya jumlah perusahaan *insurtech*.

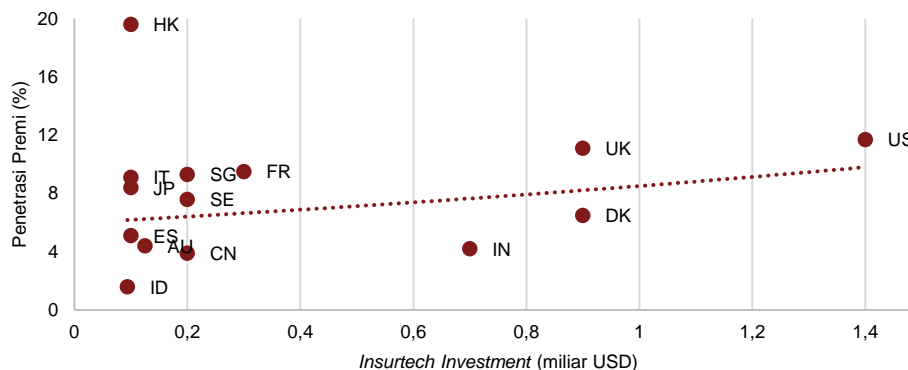
Studi ini juga melakukan analisa terkait hubungan antara penetrasi asuransi dan investasi *insurtech*. Jika dianalisa berdasarkan perkembangan investasi *insurtech*, didapatkan temuan yang menunjukkan kondisi yang sama dengan kapabilitas ekosistem digital. *Developed countries* dengan tingkat penetrasi asuransi yang tinggi juga mencatatkan nilai investasi *insurtech* yang cukup tinggi (Exhibit 18). Akan tetapi, kondisi berbeda terjadi di India dan Tiongkok yang menunjukkan adanya perkembangan investasi yang cukup tinggi ditengah tingkat penetrasi yang masih rendah. Kondisi tersebut memunculkan dua kemungkinan yakni:

1. *Insurtech* kemungkinan menjadi industri yang dapat merevolusi pasar asuransi seiring dengan masih tingginya oportunitas industri *insurtech* untuk mendisrupsi pasar asuransi; atau
2. Industri *insurtech* baru akan berkembang jika penetrasi asuransi sudah terbentuk

atau kondisi pasar asuransi sudah *mature*. Kondisi *mature* memudahkan perusahaan *insurtech* untuk menemukan *partner* perusahaan asuransi.

Arah kausalitas apa yang paling dominan dari dua fenomena di atas akan menjadi kajian lanjutan ke depannya.

**Exhibit 18. Penetrasi asuransi dan investasi *insurtech*, 2019**

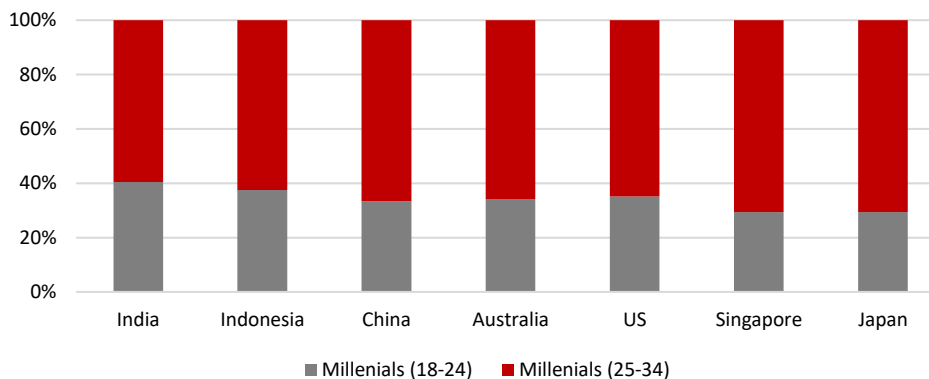


Sumber: Swiss Re untuk data penetrasi. NTT Data untuk data investasi *insurtech* dengan menggunakan data akumulasi sepanjang tahun 2010-2019.

### Potensi dan Tantangan Kondisi Demografi Indonesia Bagi Pengembangan *Insurtech*

Menurut Bain and Company dalam laporannya yang berjudul “*Insurers: How to Lead in the New Era of Connectivity*”, milenial merupakan segmen utama konsumen yang potensial untuk industri asuransi dengan membentuk sekitar 37% dari populasi *working age*. Jika dibandingkan dengan generasi yang cenderung lebih tua, generasi milenial cenderung lebih peduli terhadap dampak perubahan pada hidup dirinya sendiri dan juga sosial serta lebih adaptif pada penggunaan saluran digital. Persentase milenial Indonesia terpantau melampaui *developed countries* yang dapat dioptimalkan untuk menjadi *driven* industri *insurtech* (Exhibit 19).

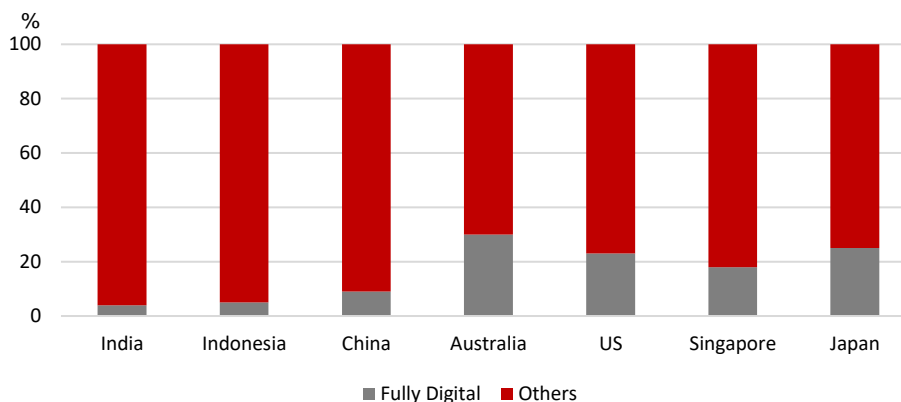
**Exhibit 19. Proporsi milenial pada populasi *working age* global, 2018**



Sumber: Bain and Company.

Sementara itu, jika dianalisa berdasarkan penggunaan *channel* dalam mengeksplor produk asuransi, Indonesia belum mengoptimalkan sistem digital secara penuh yang mana cenderung masih terkonsentrasi pada sistem *hybrid* (kombinasi *offline* dan *online*). Sementara itu, konsumen di *developed countries* yang sudah mulai bergeser pada digital penuh. Ditengah potensi populasi milenial yang dimiliki, Indonesia masih memerlukan upaya yang lebih optimal dalam menyebarluaskan informasi produk asuransi serta memudahkan keterjangkauan eksplorasi produk melalui digitalisasi informasi produk asuransi (Exhibit 20).

**Exhibit 20. Preferensi *channel* yang digunakan dalam eksplorasi produk asuransi, 2019**

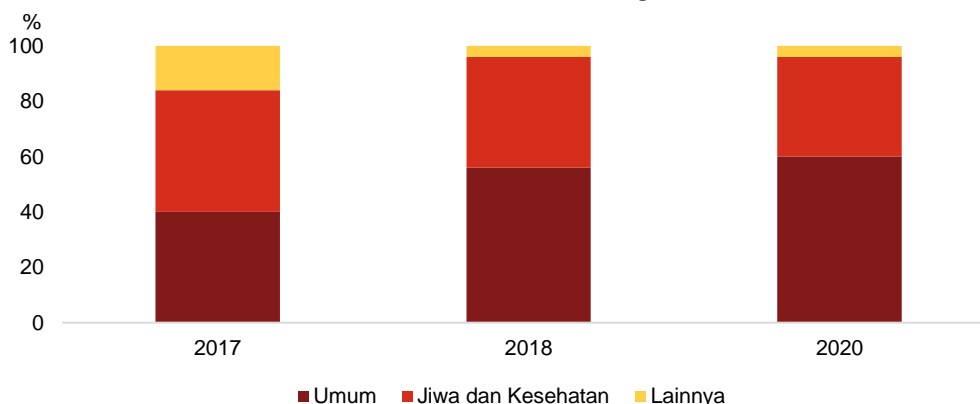


Sumber: Bain and Company. Data others merupakan gabungan antara *hybrid* dan *offline only*.

### Komparasi *Insurtech* Menurut Lini Bisnis

Pendanaan *insurtech* global terkonsentrasi pada industri asuransi umum secara global. Sepanjang periode tahun 2017—2020, porsi pendanaan pada asuransi umum terpantau terus meningkat dengan data terakhir tahun 2020 tercatat sebesar 60% dari total pendanaan *insurtech* secara keseluruhan. Sementara itu, pendanaan *insurtech* di asuransi jiwa terpantau terus menurun (Exhibit 21).

**Exhibit 21. Pendanaan *insurtech* berdasarkan lini bisnis secara global.**



Sumber: Boston Consulting Group.



Jika dianalisa berdasarkan lini bisnis asuransi umum, pertumbuhan (CAGR) pendanaan di sektor properti dan motor menjadi yang potensial dengan mencatatkan pertumbuhan pendanaan yang relatif lebih tinggi dibandingkan dengan lini bisnis lainnya (Exhibit 22). Sementara itu, di Indonesia, tingkat pertumbuhan premi lini bisnis properti dan motor masih relatif rendah dan terbatas. Seiring dengan tingginya pendanaan *insurtech* global pada kedua lini bisnis tersebut dan masih terbukanya ruang untuk premi industri tumbuh, lini bisnis properti dan motor dapat dijadikan potensial untuk perkembangan industri *insurtech* di Indonesia. Adapun, pertumbuhan industri asuransi jiwa Indonesia mencatatkan level yang tinggi melampaui pertumbuhan global serta pendanaan tercatat cukup tinggi yang juga dapat dijadikan potential *market insurtech*.

**Exhibit 22. Pertumbuhan pendanaan *insurtech* dan premi industri asuransi menurut lini bisnis**

Pertumbuhan CAGR 2015 - 2019	Properti	Motor	Kesehatan	Jiwa
Funding Insurtech Global	164%	96%	42%	96%
Premi Industri Global	3%	3%	6%	2%
Premi Industri Indonesia	3%	3%	3%	8%

Sumber: Data funding bersumber dari *Insurtech Global Outlook 2020, NTT Data*. Data premi industri global bersumber dari McKinsey. Data premi industri Indonesia bersumber dari CEIC.

**Exhibit 23. Best practice companies pada setiap lini bisnis**

Perusahaan	Industri	Value Chain	Type of Client	Business Model
Hippo	Properti	Product Design & Development	B2C	Dengan aplikasi, Hippo menyederhanakan proses pembelian asuransi properti sehingga dapat menurunkan harga premium asuransi properti. Selain itu, dengan bantuan <i>smart devices</i> , kemungkinan risiko kenaikan klaim dapat ditekan.
Friday	Motor	Marketing & Distribution	B2C	Asuransi kendaraan bermotor dengan model penetapan harga premi yang disesuaikan dengan jarak guna menciptakan kebijakan harga premi yang adil bagi konsumennya. Seluruh proses bisnis dilakukan <i>online</i> dengan harga premium dan <i>coverage rules</i> yang dijelaskan kepada konsumen secara <i>front end</i> .
Bright Health	Kesehatan	Marketing & Distribution	B2B dan B2C	Menawarkan produk asuransi kesehatan yang dihubungkan langsung dengan <i>healthcare network</i> yang berisikan berbagai klinik, rumah sakit dan dokter.
Singapore Life	Jiwa	Product Design & Development	B2C	Singapore Life merupakan satu-satunya <i>insurtech</i> di Singapore yang mendapatkan lisensi penuh dari Monetary Authority of Singapore dengan produk asuransi jiwa dan kesehatan.

Sumber: *Insurtech Global Outlook 2020, NTT Data*.

## **Regulatory Framework**

Pada sebagian besar negara, *insurtech* tidak memiliki regulasi khusus yang mengatur secara spesifik. Akan tetapi, dalam pelaksanaan operasionalnya, *insurtech* mengikuti regulasi industri asuransi yang sudah ada sehingga kedudukannya dianggap sama dengan industri asuransi konvensional pada umumnya. Kami merangkum beberapa aspek terkait dengan regulasi berdasarkan *comparative study* di beberapa negara:

1. **Regulator.** Koordinasi antar regulator atau otoritas yang mengatur industri *insurtech* belum terpusat dan cenderung kompleks dengan otoritas dan regulasi yang berbeda-beda. Kondisi tersebut berisiko menimbulkan adanya *overlapping jurisdictions*, *lack of specific guidance*, dan kompleksitas proses pengajuan lisensi.
2. **Kegiatan Operasional.** Peraturan pada kegiatan operasional *insurtech* disamakan dengan peraturan operasional pada industri asuransi pada umumnya. Akan tetapi, terdapat ketentuan tambahan terutama pada aktivitas asuransi yang melibatkan *electronic payment*, *electronic contracts*, dan penawaran investasi.
3. **Lisensi.** Karena implemenasinya melibatkan beberapa regulator, maka lisensi yang diperlukan akan bergantung pada aktivitas spesifik yang juga harus menyesuaikan dengan regulator terkait.
4. **Persaingan Harga.** Dari sample negara yang diobservasi tidak menjelaskan secara spesifik terkait ketentuan persaingan harga untuk industri *insurtech* yang dikhawatirkan memunculkan risiko terjadinya *price war* baik antar sesama *insurtech* maupun dengan perusahaan asuransi *non-insurtech*. Hanya Singapura yang memiliki ketentuan larangan perubahan harga premi dan ketentuan *fee* untuk industri *insurtech*.
5. **Ketentuan Investasi.** Sebagian besar negara memiliki ketentuan dan persyaratan khusus terkait prosedur investasi untuk industri *insurtech*. Salah satunya yakni investor yang berencana untuk melakukan investasi *insurtech* atau membuat *start-up* di bidang *insurtech* diharuskan merupakan perusahaan asuransi yang berlisensi atau jika bukan perusahaan asuransi harus berinvestasi pada perusahaan asuransi yang berlisensi.
6. **Pengelolaan Risiko Teknologi.** Sebagian besar negara yang diobservasi memiliki regulasi khusus terkait pengelolaan risiko teknologi.

Di negara-negara *advanced economies* dengan industri *insurtech* yang relatif *mature* memiliki kerangka regulasi industri *insurtech* yang lebih mendukung dibandingkan regulasi di negara-negara *emerging markets*. Sebagai contoh, Singapura dan Hong Kong membuat kerangka regulator *sandbox* khusus industri *fintech* dan *insurtech* untuk mendorong inovasi dan pengembangan pendanaan diindustri tersebut.

**Exhibit 24. Insurtech regulatory framework di beberapa negara**

Negara	Singapore	Hong Kong	China	Indonesia
<b>Regulator</b>	1. Pengawasan dilakukan oleh The Monetary Authority of Singapore (MAS) 2. Perlindungan data oleh The Infocomm Media Development Authority of Singapore (IMDA)	1. Aktivitas asuransi diawasi oleh The Insurance Authority (IA) 2. Sistem pembayaran diawasi oleh The Hong Kong Monetary Authority 3. Perlindungan data diawasi oleh The Office of the Privacy Commissioner for Personal Data (PCPD)	1. Pengawasan dilakukan oleh China Insurance Regulatory Commission 2. Sistem pembayaran diawasi oleh People's Bank of China 3. <i>Internet fund sales</i> diawasi oleh China Securities Regulatory 4. Aspek perlindungan data dan <i>cybersecurity</i> oleh Ministry of Industry and Information Technology dan <i>Cybersecurity Administration</i>	1. Pengawasan dilakukan oleh OJK 2. Sistem pembayaran oleh BI 3. Investasi insurtech oleh BKPM 4. Teknikal aspek termasuk perlindungan data dan <i>cybersecurity</i> oleh Kominfo.
<b>What are the types of fintech/insurtech activities that are regulated?</b>	Tidak ada ketentuan khusus terkait peraturan kegiatan insurtech, akan tetapi pengembangan insurtech harus mengikuti peraturan asuransi pada umumnya. MAS juga telah menerapkan <i>regulatory sandbox experiment</i> yang memungkinkan untuk perusahaan berinovasi sesuai dengan kerangka yang telah disusun oleh otoritas moneter.	1. Aktivitas yang melibatkan perusahaan asuransi, perantara, dan bisnis asuransi secara keseluruhan diatur dalam undang-undang asuransi 2. Kegiatan insurtech yang melibatkan penawaran investasi atau sekuritas 3. Kegiatan insurtech yang melibatkan peminjaman uang	Berikut jenis aktivitas asuransi yang saat ini diatur dalam <i>Fintech Guideline</i> yakni diantaranya internet payment, internet fund sales, internet insurance, consumer finance, internet trust	Tidak ada regulasi khusus yang mengatur terkait insurtech, namun demikian terdapat beberapa peraturan yang harus dipenuhi insurtech terkait dengan aktivitasnya yakni diantaranya:  1. UU No. 11 Tahun 2008 ttg Transaksi an Informasi Elektronik, yang salahsatunya untuk mengatur <i>electronic contracts</i> seperti <i>e-policies</i> 2. POJK No. 1/POJK.07/2013 ttg Perlindungan Konsumen dan SEOJK No. 13/SEOJK.07/2014 ttg Ketentuan Standar, salah satunya terkait kebijakan pada <i>form</i> elektronik. 3. PBI No. 9/15/PBI/2007
<b>What are the licenses required and what are the criteria and process involved?</b>	Bergantung pada aktivitas yang spesifik, secara umum beberapa lisensi yang perlu dipenuhi: 1. <i>Design payment systems</i> 2. <i>Store Value Facilities</i> 3. <i>Equity crowdfunding</i> 4. <i>Moneylending</i> 5. <i>Services-Based Operator License</i>	Pemohon usaha harus merupakan perusahaan asuransi resmi dan perusahaan pialang asuransi berlisensi. Lisensi yang diperlukan akan bergantung pada aktivitas spesifik yang dimaksud	Bergantung pada aktivitas spesifik yang terlibat, seperti: 1. Jika melakukan layanan pembayaran <i>online</i> dibutuhkan lisensi usaha pembayaran 2. Melakukan penjualan asuransi internet, diperlukan lisensi asuransi. Namun, untuk penjualan asuransi melalui platform pihak ketiga, tidak ada lisensi (selain lisensi atau rekaman telekomunikasi yang relevan) yang diperlukan untuk platform pihak ketiga.	Lisensi yang diperlukan akan tergantung pada kegiatan spesifik yang dimaksud, yakni: 1. Asuransi, tidak ada peraturan khusus terkait insurtech, sehingga tidak ada lisensi khusus yang diperlukan jika perusahaan hendak menjual <i>e-polis</i> . 2. Pialang asuransi, baik digital maupun tidak, pialang harus memperoleh izin usaha dari OJK
<b>Is there any specific regulation governing the sale of insurance through online platforms?</b>	Tidak ada	Tidak ada	Terdapat regulasi untuk mengatur penjualan asuransi melalui platform <i>online</i> oleh China Insurance Regulatory	Tidak ada.
<b>Are there any limitations or criteria on the type of start-up that an insurer can invest in? Does the</b>	Diharuskan merupakan perusahaan asuransi yang berlisensi atau jika bukan perusahaan asuransi harus berinvestasi pada perusahaan asuransi yang berlisensi dan seluruhnya mengikuti ketentuan MAS.	Tidak ada informasi	Terdapat sejumlah kriteria dan persyaratan yang perlu dipenuhi	Tidak memiliki peraturan khusus untuk proses investasi untuk <i>insurtech</i> , hanya ada beberapa catatan yakni: 1. Jika investasi tersebut dilakukan pada perusahaan atau <i>start-up</i> yang termasuk dalam kriteria asuransi, maka lisensi harus disesuaikan. 2. Batasan investasi harus mengedepankan prinsip <i>prudent</i>
<b>Can agents or appointed distributors offer rebates on insurance premiums or other special concessions to the customers?</b>	Setiap potongan komisi atau konsesi khusus lainnya yang ditawarkan tidak boleh terlalu mempengaruhi keputusan keuangan pelanggan, termasuk taktik penjualan yang agresif atau diandalkan sebagai dasar rekomendasi produk asuransi. Setiap perubahan premi asuransi harus disahkan oleh perusahaan asuransi.	Tidak ada informasi	Tidak ada informasi	Tidak ada batasan dalam hal ini
<b>Are there specific requirements on the commission rates paid to insurance intermediaries for online</b>	Tidak ada ketentuan khusus. Namun, otoritas mengatur <i>fee</i> sehubungan dengan partisipasi langsung perusahaan asuransi dalam agregator.	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada
<b>What laws (if any) do insurance companies have to comply with in respect of technology risk management?</b>	Terdapat regulasi yang mengatur	Terdapat regulasi yang dikeluarkan oleh otoritas asuransi terkait pedoman penggunaan internet untuk kegiatan asuransi	Terdapat regulasi yang mengatur dengan cakupan salah satunya perusahaan harus membangun pusat data dan pemulihan <i>disoster</i> dalam wilayah China	Tidak ada
<b>Kebijakan Pendukung</b>	Regulator mendorong inovasi fintech dan insurtech melalui cara sebagai berikut: * Funding * Support * Developing expertise * Policy views	Regulator telah meluncurkan berbagai inisiatif untuk mempromosikan pertumbuhan industri insurtech melalui upaya sebagai berikut: * Insurtech Sandbox * Fast track for applications for authorization of new insurers owning and operating solely digital distribution channels * Insurtech Facilitation Team * Working Group on Embracing * Fintech in Hong Kong under * Future Task Force * become a member of the Global Financial Innovation Network ("GFIN")		

Sumber: Bain and Company.

## Kesimpulan

Dalam konteks global, industri *insurtech* sudah memasuki masa *maturity* yang mana tantangan untuk masuk ke dalam industri semakin tinggi terutama pada negara-negara *advanced economies*. Kondisi tersebut yang kemudian mendorong pendanaan atau investasi *insurtech* perlahan-lahan mulai menysar pasar asuransi di *emerging markets* termasuk Indonesia. Akan tetapi, kondisi pasar asuransi Indonesia masih menghadapi beberapa tantangan yang perlu diperbaiki baik dari sisi *supply* (regulasi yang *overlapping* dan belum mendukung, ekosistem digital yang belum kompetitif) serta dari sisi *demand* (pemanfaatan dan kemampuan daya beli produk asuransi yang masih rendah, serta rentannya *sustainability* pembayaran premi). Di satu sisi, industri *insurtech* dapat menjadi ujung tombak yang memberikan inovasi-inovasi kepada pasar asuransi. Untuk membuka semua potensi dari *insurtech* di Indonesia diperlukan penciptaan *market* asuransi yang *mature* yang dibarengi juga dengan dukungan dari kerangka regulasi yang lebih spesifik dan mendukung ekosistem *insurtech* untuk berinovasi. Maka dari itu, diperlukan kerja sama dari berbagai pemangku kepentingan, mulai dari regulator dan perusahaan asuransi kepada perusahaan *insurtech* dan perusahaan pengembang teknologi sebagai *supporting* ekosistem *insurtech*.

### PT. Bahana Pembinaan Usaha Indonesia (Persero)

Gedung Graha CIMB Niaga, 18th Floor  
 Jl. Jendral Sudirman Kav. 58  
 RT.5/RW.3, Senayan, Kebayoran Baru  
 Kota Jakarta Selatan, DKI Jakarta 12190  
 (+62) 021 2505080

 PT. Bahana Pembinaan Usaha Indonesia – Persero  
 Indonesia Financial Group  
 @indonesiafinancialgroup  
 @ifg\_id

#### Indonesia Financial Group (IFG)

Indonesia Financial Group (IFG) adalah BUMN Holding Perasuransian dan Penjaminan yang beranggotakan PT Asuransi Kerugian Jasa Raharja, PT Jaminan Kredit Indonesia (Jamkrindo), PT Asuransi Kredit Indonesia (Askrindo), PT Jasa Asuransi Indonesia (Jasindo), PT Bahana Sekuritas, PT Bahana TCW Investment Management, PT Bahana Artha Ventura, PT Bahana Kapital Investa, PT Graha Niaga Tata Utama, dan PT Asuransi Jiwa IFG. IFG merupakan holding yang dibentuk untuk berperan dalam pembangunan nasional melalui pengembangan industri keuangan lengkap dan inovatif melalui layanan investasi, perasuransian dan penjaminan. IFG berkomitmen menghadirkan perubahan di bidang keuangan khususnya asuransi, investasi, dan penjaminan yang akuntabel, prudent, dan transparan dengan tata kelola perusahaan yang baik dan penuh integritas. Semangat kolaboratif dengan tata kelola perusahaan yang transparan menjadi landasan IFG dalam bergerak untuk menjadi penyedia jasa asuransi, penjaminan, investasi yang terdepan, terpercaya, dan terintegrasi. IFG adalah masa depan industri keuangan di Indonesia. Saatnya maju bersama IFG sebagai motor penggerak ekosistem yang inklusif dan berkelanjutan.

#### Indonesia Financial Group (IFG) Progress

The Indonesia Financial Group (IFG) Progress adalah sebuah *Think Tank* terkemuka yang didirikan oleh Indonesia Financial Group sebagai sumber penghasil pemikiran-pemikiran progresif untuk pemangku kebijakan, akademisi, maupun pelaku industri dalam memajukan industri jasa keuangan.