

**Inovasi Terbaru,  
Cigna Luncurkan Produk Asuransi Penyakit Kritis  
untuk Lindungi Keluarga Indonesia**

*Perlindungan penyakit kritis untuk lima anggota keluarga dengan fitur 'guaranteed acceptance'*

**Headline options:**

1. Satu Lagi Terobosan Cigna untuk Indonesia: Family Proteksi Optima, Asuransi Penyakit Kritis untuk Lindungi Keluarga Indonesia
2. Inovasi Terbaru, Cigna Luncurkan Produk Asuransi Penyakit Kritis untuk Lindungi Keluarga Indonesia



Foto ki-ka: Tim Shields (CEO & President Director), Herlin Sutanto (Chief Distribution Officer) dan Yuda Wirawan (Head of Direct & CM) memperkenalkan produk Family Proteksi Optima.

PT Asuransi Cigna meluncurkan inovasi terbaru, Family Proteksi Optima, Rabu (6/4) di Jakarta. Family Proteksi Optima memberikan perlindungan penyakit kritis dari diagnosa awal, pengobatan hingga pemulihan. Produk ini memungkinkan pemegang polis menyertakan keluarga dan menawarkan pengembalian premi hingga 75%. Hubungi Cigna SIAP di 1-500-033 atau kunjungi: [www.cigna.co.id](http://www.cigna.co.id)

**Jakarta, 6 April 2016** - Cigna Indonesia meluncurkan produk **Family Proteksi Optima**, inovasi terbaru untuk keluarga Indonesia yang dirancang berdasarkan kebutuhan konsumen. Family Proteksi Optima memberikan perlindungan atas penyakit kritis mulai dari tahap diagnosa awal, pengobatan hingga pemulihan kesehatan. Produk ini juga memungkinkan pemegang polis untuk menyertakan keluarga mereka dan memberikan apresiasi berupa pengembalian premi jika mampu menjaga kesehatan.

"Penyakit kritis dapat menyerang siapa saja, pada usia berapa pun," ujar Tim Shields, CEO & Presiden Direktur Cigna Indonesia saat peluncuran Cigna Family Proteksi Optima di Jakarta, Rabu, (6/4). "Biaya pengobatan dan pemulihan dapat menjadi beban keuangan yang luar biasa bagi mereka dan keluarganya."

Dalam survei Skor Kesejahteraan 360<sup>0</sup> yang dirilis Cigna baru-baru ini, kurang dari 25 persen responden di Indonesia yang merasa memiliki simpanan keuangan yang cukup untuk mendukung beban pengobatan yang tak terduga. Dalam survei tersebut juga terungkap bahwa penyakit jantung, kanker dan diabetes adalah tiga penyakit yang menjadi kekhawatiran utama di Indonesia.

"Menghadapi penyakit kritis saja sudah cukup berat tanpa harus ditambah stres dari beban finansial," kata Tim menjelaskan," Family Proteksi Optima membantu mengembalikan kontrol keuangan ke tangan nasabah, sehingga mereka dapat tetap fokus pada penyembuhan. Produk ini juga membantu mengurangi kekhawatiran harus memecah tabungan pendidikan anak, pensiun, atau rekening tabungan lainnya untuk biaya penyembuhan."

Family Proteksi Optima menjamin 10 kelompok penyakit kritis penyebab utama kematian seperti kanker, pembuluh darah otak (*stroke*), jantung dan diabetes mellitus tipe 1. Produk ini juga memberikan perlindungan untuk sindrom Kawasaki, penyakit langka yang rentan menyerang anak di bawah 5 tahun. Sebagian masyarakat Indonesia mungkin jarang mendengar dan mengerti penyakit berbahaya ini, tetapi sekali menyerang penyakit ini bisa berakibat fatal karena dapat menyebabkan kerusakan jantung bahkan kematian.

"Sebagai produk asuransi keluarga, pemegang polis juga bisa menyertakan anggota keluarga dengan potongan premi 50 persen bagi pasangan dan anak-anak mulai dari usia dini," kata Tim, mengacu pada cakupan usia terlindungi yang luas, mulai dari 6 bulan sampai 69 tahun.

Dengan fitur *guaranteed acceptance*, untuk nilai uang pertanggungan hingga Rp 300 juta, pengajuan polis nasabah akan langsung disetujui, tanpa pemeriksaan medis maupun pertanyaan kesehatan. Bila memilih untuk mendapatkan uang pertanggungan di atas Rp 300 juta hingga Rp 1 miliar pun prosesnya mudah, nasabah cukup menjawab beberapa pertanyaan kesehatan.

Keunggulan lainnya, jaminan pengembalian pembayaran uang premi hingga 75 persen jika tertanggung dapat menjaga kesehatan dan tidak pernah melakukan klaim selama masa pertanggungan. "Dengan begitu, nasabah kami akan 100 persen terlindungi saat sesuatu yang buruk terjadi, tetapi mereka juga akan mendapatkan kembali 75 persen premi yang telah mereka bayarkan jika tidak ada risiko yang terjadi," tuturnya. Dengan 'Bonus Tanpa Klaim' atau '*No Claim Bonus*' tersebut, nasabah memiliki keleluasaan untuk memilih mengambil 75 persen sekaligus di akhir periode atau sebesar 25 persen pada tahun ke 3, 6, dan 9.

"Cigna selalu berusaha memberikan solusi finansial dan kesehatan yang inovatif untuk memenuhi kebutuhan nasabah kami yang terus berkembang. Ini merupakan perlindungan penyakit kritis yang berbeda, dan melengkapi rangkaian produk berbasis keluarga yang akan menjadi unggulan kami. Produk baru ini akan memperkuat penawaran produk bagi nasabah kami di Indonesia," kata Tim menjelaskan.

Cigna pertama kali meluncurkan produk berbasis keluarga pada 2013, yakni Family EaziCare, produk asuransi kesehatan pertama di Indonesia yang secara khusus memenuhi kebutuhan keluarga modern Indonesia. Perlindungan hingga lima orang dalam satu polis dan satu premi menjadikan produk ini lebih efektif dan terjangkau bagi konsumen.

"Kedua produk berbasis keluarga ini adalah bukti komitmen Cigna untuk membantu meningkatkan kesehatan, kesejahteraan, dan rasa aman nasabah kami dan keluarganya. Sekaligus membantu mereka untuk hidup lebih sehat, lebih tenang secara emosional dan terjaga stabilitas keuangannya," ujar Tim.

## **Gaya Hidup**

Organisasi Kesehatan Dunia atau World Health Organization (WHO) melaporkan penyakit kronis merupakan penyebab utama kematian di dunia yang membunuh 38 juta orang setiap tahun. Peningkatan penderita penyakit kronis dan tidak menular itu dipicu oleh jumlah urbanisasi dan transisi ke pekerjaan yang hanya membutuhkan sedikit aktivitas fisik, serta mengkonsumsi makanan tidak sehat akibat gaya hidup. Pada 2010 tercatat sebanyak 1,7 juta kematian per tahun akibat kardiovaskuler diakibatkan kelebihan garam/ asupan natrium.

Berdasarkan survei Kementerian Kesehatan, penyakit tidak menular yang menjadi pembunuh utama antara lain stroke, penyakit jantung, diabetes dengan komplikasi, TBC, hipertensi dengan komplikasinya, dan penyakit paru-paru kronis. Survei itu menyebutkan perubahan gaya hidup masyarakat Indonesia mengubah proporsi kematian. WHO memprediksi pada 2030 mendatang, sekitar 87 persen kematian adalah akibat penyakit yang berhubungan dengan gaya hidup, meningkat dibanding 71 persen di tahun 2014.

“Jelas terlihat bahwa membantu meningkatkan rasa aman, mengurangi tingkat stres dan akses untuk mendapatkan pelayanan kesehatan berkualitas yang mudah adalah hal penting bagi masyarakat Indonesia,” kata Tim. Ia menambahkan bahwa dalam survei global yang digelar Cigna secara *online* pada 2015 dengan melibatkan 15.000 responden, termasuk masyarakat Indonesia di 9 kota, terungkap bahwa kenaikan biaya hidup dan kesehatan di Indonesia menjadi kekhawatiran kebanyakan orang Indonesia, khususnya untuk penduduk berusia 30-40 tahun.

Survei itu juga menyoroti naiknya kesadaran orang Indonesia tentang perlunya asuransi yang digaungkan pemerintah lewat Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS). Lebih dari 70 persen responden kini terbuka untuk membeli asuransi dan 83 persen responden di luar Jakarta melihat perlunya terlindungi dengan asuransi.

“Indonesia adalah pasar yang penting untuk Cigna dan kami berkomitmen untuk memahami kebutuhan masyarakat Indonesia dan menyediakan solusi yang relevan untuk memenuhi kebutuhan mereka. Ini sejalan terutama pada penawaran solusi kesehatan kami, di mana Cigna yang sudah 200 tahun menjadi ahli dalam hal perlindungan dan layanan kesehatan,” kata Tim menambahkan.

Sebelumnya, Ketua Umum Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) Hendrisman Rahim mengatakan, terlihat ada peningkatan pemahaman dan kepercayaan masyarakat Indonesia terhadap pentingnya asuransi jiwa sebagai perlindungan atas perencanaan keuangan jangka panjang.

“AAJI dan para perusahaan anggota AAJI akan terus berupaya memberikan edukasi kepada masyarakat untuk meningkatkan penetrasi asuransi jiwa di Indonesia dan merangkul lebih banyak orang lagi untuk memiliki proteksi masa depan yang mencukupi,” kata dia.

Tim melanjutkan, Cigna aktif mendukung pemerintah dan regulator dalam meningkatkan kesehatan, kesejahteraan, dan mempromosikan literasi keuangan, juga mendidik pasar mengenai pentingnya kesehatan dan perlindungan. “Kami berkomitmen membantu nasabah kami membuat pilihan yang lebih baik, menempatkan kekuatan informasi di tangan nasabah kami. Kami memberikan informasi pelanggan apa yang dibutuhkan untuk meningkatkan kesehatan mereka,” tuturnya.

\*\*\*

### **Tentang Cigna**

Cigna Corporation (NYSE: CI) adalah sebuah perusahaan pelayanan kesehatan global yang didedikasikan untuk membantu masyarakat meningkatkan kesehatan mereka, kesejahteraan dan rasa aman. Semua produk dan layanan disediakan secara eksklusif oleh atau melalui anak-anak perusahaan dari Cigna Corporation, termasuk Connecticut General Life Insurance Company, Cigna Kesehatan dan Perusahaan Asuransi Jiwa, Asuransi Jiwa Perusahaan Amerika Utara dan Cigna Life Insurance Company of New York. Produk dan layanan tersebut termasuk suite terintegrasi layanan kesehatan, seperti medis, gigi, kesehatan perilaku, farmasi, visi, manfaat tambahan, dan produk terkait lainnya termasuk kehidupan kelompok, asuransi kecelakaan dan ketidakmampuan tetap. Cigna mempertahankan kemampuan penjualan di 30 negara dan wilayah hukum, serta memiliki lebih dari 89 juta pelanggan di seluruh dunia. Untuk informasi lebih lanjut tentang Cigna®, termasuk link kami di Facebook atau Twitter, kunjungi [www.cigna.com](http://www.cigna.com).

### **Tentang Cigna Indonesia**

PT Asuransi Cigna (“**Cigna Indonesia**”) adalah sebuah perusahaan asuransi jiwa yang terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Cigna Indonesia yang didirikan pada tahun 1990, merupakan anak perusahaan Cigna Corporation, sebuah perusahaan layanan kesehatan global yang beroperasi secara internasional di 30 negara, dan memiliki lebih dari 89 juta nasabah di seluruh dunia.

Kini, Cigna Indonesia telah tumbuh dan berkembang menjadi salah satu perusahaan asuransi terkemuka di Indonesia dengan keunggulan dalam menyediakan produk dan layanan yang menjangkau konsumen dan rekan bisnis secara langsung. Pada akhir tahun 2014, Cigna Indonesia membukukan pencapaian rasio tingkat solvabilitas, atau disebut RBC (*Risk Based Capital*) sebesar 684% jauh di atas peraturan pemerintah sebesar 120%.

Sejalan dengan perkembangannya, Cigna Indonesia telah menerima sejumlah penghargaan dari berbagai institusi dan majalah bisnis di Indonesia. Penghargaan tersebut membuktikan komitmen Cigna Indonesia untuk menjadi organisasi yang *customer centric* dan senantiasa memberikan produk serta pelayanan terbaik bagi nasabah.

Untuk informasi lebih lanjut kunjungi [www.cigna.co.id](http://www.cigna.co.id)

**MEDIA CONTACTS:**

Cigna Indonesia

**Fitriannisa Soegiharto**

Manager, Corporate Communications

Email: Fitriannisa.soegiharto@cigna.com

Tel: + 62813 8095 9299