

SIARAN PERS

Masyarakat Indonesia berjuang meningkatkan kesejahteraan

- Secara keseluruhan, masyarakat Indonesia kehilangan kepercayaan diri mereka dalam hal kesehatan dan kesejahteraan
- Para responden memiliki tantangan finansial, tidak fokus dan tidak punya waktu untuk diri sendiri
- Masyarakat Indonesia 'terjebak persepsi usia' dan terus menunda persiapan pensiun

Jakarta, 29 Agustus 2017 – PT Asuransi Cigna (Cigna Indonesia) hari ini mengumumkan hasil Survei Skor Kesejahteraan 360° di Indonesia. Survei ini menunjukkan turunnya skor kesehatan dan kesejahteraan masyarakat Indonesia karena faktor finansial.

Skor kesehatan dan kesejahteraan masyarakat Indonesia turun cukup signifikan di tahun 2016, meskipun masih berada di batas rata-rata skor internasional. Dari 13 negara, Indonesia berada di posisi ke-6 dengan skor 62,8; sedikit di bawah Uni Emirat Arab (63,1), namun lebih tinggi dibandingkan Britania Raya (60,8), Singapura (59,4), dan Hong Kong (58,6).

Survei Skor Kesejahteraan 360° merupakan survei tahunan yang diadakan oleh Cigna untuk membantu masyarakat di negara tempat Cigna beroperasi memahami persepsi mereka sendiri mengenai kesehatan dan kesejahteraan. Skor ini dinilai berdasarkan 5 pilar utama, yakni fisik, finansial, pekerjaan, keluarga dan sosial.

“Survei Skor Kesejahteraan 360° sudah dua kali dilakukan di Indonesia. Kami melakukannya sebagai upaya menjadi perusahaan yang berfokus kepada nasabah, serta untuk melihat persepsi masyarakat Indonesia secara keseluruhan mengenai kesehatan dan kesejahteraan,” ujar Herlin Sutanto, Presiden Direktur Cigna Indonesia dalam acara konferensi pers Survei Skor Kesejahteraan 360° di Jakarta. “Misi Cigna adalah membantu orang-orang yang kami layani meningkatkan kesehatan, kesejahteraan dan rasa aman mereka. Untuk mewujudkannya, kami merasa perlu untuk terus memperbaharui pengetahuan kami mengenai hal-hal yang bermakna bagi masyarakat Indonesia, dan apa yang menghalangi mereka dalam meraih impian hidup. Menurut survei ini, persepsi masyarakat Indonesia terhadap kesehatan dan kesejahteraan mereka turun cukup signifikan karena faktor finansial.”

Dampak tantangan finansial terhadap kesehatan dan kesejahteraan keluarga

Sejak survei ini dilakukan pertama kali di Indonesia pada tahun 2015, kondisi keuangan masih menjadi tantangan utama bagi masyarakat Indonesia. Skor finansial masih menempati urutan terbawah dibandingkan aspek kesejahteraan lainnya seperti pekerjaan dan kesejahteraan sosial. Tantangan inilah yang kemudian menjadi alasan utama mengapa mayoritas responden semakin tidak percaya diri dalam menjamin kesehatan dan kesejahteraan keluarga mereka. Survei ini menunjukkan bahwa hanya 24% responden yang bisa memenuhi kebutuhan kesehatan keluarga mereka, dan hanya 21% yang bisa membantu kondisi keuangan orang tua mereka.

Selain itu, meskipun jumlah masyarakat usia produktif di Indonesia cukup besar, banyak di antara mereka yang terjebak dalam kondisi 'generasi *sandwich*'. Mitos yang awam di kalangan masyarakat Indonesia adalah 'banyak anak, banyak rejeki', sebuah anggapan yang memberikan asumsi bahwa, begitu memasuki

usia produktif, anak-anak harus menyokong hidup orang tua mereka secara finansial. Sayangnya, saat mereka melakukan hal tersebut, mereka juga tetap harus membiayai hidup keluarga mereka sendiri. Hal inilah yang menyebabkan mereka terjebak di antara dua generasi.

“Masyarakat Indonesia khawatir terhadap kondisi keuangan mereka sendiri karena mereka mungkin tidak bisa menjamin kesehatan dan kesejahteraan keluarga mereka; dan ketika kita berbicara tentang keluarga, itu bisa berarti anak-anak mereka dan orang tua mereka,” ujar Ben Furneaux, Chief Marketing Officer Cigna Indonesia. “Tahun lalu, 49% responden merasa yakin mereka bisa menjamin kesehatan dan kesejahteraan orang tua mereka. Tahun ini, jumlahnya hanya 32%. Tahun lalu, ada 63% responden yang yakin bahwa mereka bisa menjamin kesehatan dan kesejahteraan anak-anak mereka. Tahun ini, jumlahnya turun hingga 44% responden.”

Ketika masyarakat Indonesia disibukkan dengan segudang tanggung jawab dalam mengurus dua generasi keluarga, mereka kehilangan waktu untuk diri mereka sendiri. Hanya 37% masyarakat Indonesia yang cukup tidur setiap malam –turun dari tahun lalu yang sebanyak 48%. Lalu, hanya 24% masyarakat Indonesia yang bisa berolah raga dengan teratur untuk menjaga kesehatan mereka. “Tidur nyenyak dan olah raga rutin merupakan dua faktor penting bagi kita untuk bisa hidup sehat,” ujar Ben. “Namun dengan begitu padatnya tugas dan tanggung jawab, masyarakat Indonesia tidak lagi memiliki waktu untuk memikirkan kesejahteraan diri mereka sendiri. Sayangnya, tubuh dan fisik yang letih merupakan sarang empuk untuk berbagai macam penyakit.”

Tantangan dalam menjaga keseimbangan kehidupan profesional dan pribadi

Meskipun memiliki tanggung jawab yang begitu besar dalam menyokong kehidupan orang-orang yang mereka cintai, pada kenyataannya banyak masyarakat Indonesia yang tidak punya cukup waktu untuk keluarga. Menurut hasil survei, lebih dari setengah responden tidak puas dengan waktu yang mereka habiskan untuk keluarga karena banyaknya tantangan di dunia pekerjaan. Hampir 90% responden merasa jam kerja mereka tidak wajar, dan hanya 2 dari 10 responden yang memiliki hubungan yang baik dengan atasan mereka. “Lalu, meskipun pengorbanan mereka begitu besar, ternyata mereka juga tidak memiliki kepastian di lingkungan kerja. Hanya 12% responden yang mereka pekerjaan mereka merupakan pekerjaan yang aman dan stabil secara ekonomi,” tambah Ben.

Persiapan pensiun yang minim

Tantangan keuangan, fokus yang terpecah dan ketidakmampuan mereka menjamin kesejahteraan keluarga mereka –permasalahan yang kemudian menciptakan rentetan dampak di kehidupan masyarakat Indonesia. Dengan demikian besarnya beban yang mereka tanggung, masyarakat Indonesia jarang memikirkan target jangka panjang mereka, termasuk pensiun. Hal ini juga disebabkan karena persepsi ‘tua’ dari masyarakat Indonesia yang terus meningkat seiring bertambahnya usia. Survei ini menunjukkan hanya 21% masyarakat Indonesia yang memiliki dana yang cukup untuk pensiun, angka yang sama dengan tahun sebelumnya.

“Dengan menunda persiapan pensiun, masyarakat Indonesia banyak yang ‘terjebak usia’ dan tidak siap secara finansial,” ujar Ben. “Itulah alasannya mengapa masyarakat Indonesia ingin terus bekerja bahkan setelah usia pensiun—bukan hanya karena mereka ingin tetap aktif; tapi karena mereka memang butuh uang. Memang kekhawatiran utama mereka adalah kenaikan biaya medis—tapi mereka juga takut menjadi beban keluarga ketika mereka sudah tua, dan tidak cukup uang untuk menjaga gaya hidup. Selain itu, mereka juga khawatir akan kenaikan biaya hidup dan tidak bisa memberikan kontribusi untuk keluarga mereka.”

Cigna siap mendukung masyarakat Indonesia

Budaya masyarakat Indonesia cenderung mengajarkan pandangan positif terhadap apapun kondisi hidup mereka. Namun, turunnya indeks skor kesejahteraan masyarakat Indonesia membuktikan bahwa banyak masyarakat Indonesia yang semakin mengkhawatirkan kesejahteraan hidup mereka. “Di sinilah peran Cigna dalam mendukung dan membantu masyarakat Indonesia meningkatkan kesejahteraan mereka—yaitu dengan hidup yang lebih sehat,” ujar Ben.

Bulan ini, Cigna meluncurkan kampanye #BeraniLebihSehat di ruang digital. Kampanye ini mengajak masyarakat untuk berani memilih hidup sehat dengan langkah-langkah kecil namun berarti, kapanpun di manapun. “Di Cigna, kami percaya bahwa gaya hidup sehat merupakan asuransi yang paling berharga. Kampanye kami mendorong masyarakat untuk makan sehat, rajin berolah raga, rutin minum air, kurangi stress dan jangan lupa untuk tersenyum,” ujar Ben. “Kami percaya, ketika kita bisa meningkatkan kualitas kesehatan kita, maka akan lebih mudah bagi kita untuk meningkatkan kesejahteraan kita secara keseluruhan.”

Cigna Indonesia memiliki rangkaian solusi perlindungan yang beragam, serta memenuhi kebutuhan para nasabahnya di setiap langkah kehidupan mereka. Cigna juga menjadi pionir dalam menyediakan solusi asuransi kesehatan yang menawarkan perlindungan satu keluarga dalam 1 polis asuransi. Baru-baru ini, Cigna meluncurkan produk Cigna Premium Health Care, solusi perlindungan kesehatan komprehensif yang memberikan perlindungan kesehatan bagi nasabah mulai dari tahap preventif, rawat jalan, rawat inap, hingga tahap penyembuhan. Selain itu, Cigna juga menawarkan beragam solusi investasi yang membantu nasabah dalam mempersiapkan masa depan yang aman secara finansial.

Cigna bekerja sama dengan AdMedika, salah satu perusahaan penyedia layanan administrasi dan klaim kesehatan yang memungkinkan Cigna menjangkau nasabah di 700 rumah sakit di Indonesia. Untuk menjawab kebutuhan nasabah terhadap layanan medis digital, Cigna juga bekerja sama dengan HaloDoc, aplikasi kesehatan digital yang memberikan manfaat tambahan berupa konsultasi medis online dan pengiriman obat-obatan bagi pemegang polis Cigna.

Cigna juga mendorong nasabah untuk menghabiskan lebih banyak waktu bersama keluarga dengan manfaat tambahan berupa tiket nonton gratis dan diskon di 600 *merchant* terkemuka. “Solusi dan manfaat yang beragam ini merupakan wujud komitmen Cigna Indonesia untuk terus berinovasi dalam menyediakan layanan bagi nasabah. Dengan memahami kebutuhan mereka, Cigna bisa dan akan mempermudah jalan bagi mereka untuk meningkatkan kesehatan, kesejahteraan dan rasa aman,” tutup Ben.

###

Kontak media

Desy Pakpahan

Corporate Communications Manager

Cigna Indonesia

desy.pakpahan@cigna.com

Tel: 021 - 2809 8000

Mengenai Survei

Survei ini dilakukan pada bulan Desember 2016 di 13 negara, dengan melibatkan 14.000 responden dewasa. Survei dilakukan secara online selama 20 menit. Negara-negara tempat survei ini dilakukan adalah Cina, Hong Kong, India, Indonesia, Selandia Baru, Singapura, Korea Selatan, Spanyol, Taiwan, Thailand, Turki, Uni Emirat Arab dan Britania Raya. Di Indonesia, responden berjumlah 1.007 orang dengan latar belakang yang beragam dan mewakili jumlah populasi.

Tentang Cigna Indonesia

PT Asuransi Cigna (“Cigna Indonesia”) adalah sebuah perusahaan asuransi jiwa yang terdaftar di dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Didirikan pada 1990, Cigna Indonesia merupakan anak perusahaan Cigna Corporation, sebuah perusahaan layanan kesehatan global yang beroperasi secara internasional di 30 negara, dan melayani sekitar 95 juta nasabah di seluruh dunia.

Kini, Cigna Indonesia telah tumbuh dan berkembang menjadi salah satu perusahaan asuransi terkemuka di Indonesia, menyediakan rangkaian produk dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah di setiap tahapan hidup mereka. Pada akhir 2016, Cigna Indonesia membukukan pencapaian rasio tingkat solvabilitas, atau disebut RBC (Risk Based Capital) sebesar 637% jauh di atas peraturan pemerintah sebesar 120%.

Cigna Indonesia telah menerima sejumlah penghargaan dari berbagai institusi bisnis dan publikasi media di Indonesia. Penghargaan tersebut membuktikan komitmen Cigna Indonesia untuk menjadi perusahaan yang fokus pada nasabah dan senantiasa memberikan produk serta pelayanan terbaik bagi nasabah.

Untuk informasi lebih lanjut kunjungi www.cigna.co.id