



SIARAN PERS

CIGNA INDONESIA MEMPERKUAT JALUR DISTRIBUSI KEAGENAN DI JAWA TIMUR

Peresmian Kantor Pemasaran Baru dan Peningkatan Layanan Nasabah Lewat
Inovasi Aplikasi Berbasis Digital

Surabaya, 18 Mei 2017 – Cigna Indonesia memperkuat jalur distribusi keagenan di wilayah Jawa Timur dengan meresmikan kantor pemasaran baru di Surabaya dan mengembangkan layanan nasabah lewat aplikasi berbasis digital. Jawa Timur, khususnya Surabaya, memiliki potensi yang sangat besar bagi bisnis keagenan Cigna Indonesia.

“Sejalan dengan strategi bisnis Cigna Indonesia untuk mengembangkan multijalur distribusi yang menawarkan solusi perlindungan jiwa dan kesehatan, kami ingin memperkuat bisnis keagenan di wilayah-wilayah yang potensial. Saat ini Surabaya merupakan kontributor premi terbesar kedua setelah Jakarta terhadap bisnis keagenan Cigna Indonesia dan berpotensi besar. Oleh karena itu kami melakukan ekspansi kantor pemasaran baru di Surabaya untuk mendukung pengembangan bisnis di Jawa Timur,” kata Herlin Sutanto, Direktur Cigna Indonesia, dalam peresmian kantor pemasaran baru Cigna Indonesia di Surabaya (18/5).

Pada 2016, Jawa Timur berkontribusi 24 persen terhadap total perolehan premi baru (*annualized new premium*) jalur distribusi keagenan Cigna Indonesia. Hal ini dipicu oleh pertumbuhan jumlah nasabah di wilayah Jawa Timur yang meningkat signifikan sebesar dua kali lipat dibandingkan 2015 menjadi sekitar 2.000 nasabah pada 2016 yang tersebar di wilayah Malang, Jember, Kediri, Tulungagung, hingga Denpasar yang dilayani oleh sekitar 100 agen berkualitas Cigna Indonesia yang disebut Professional Insurance Advisor.

Herlin mengatakan saat ini Cigna Indonesia memiliki sekitar 500 agen yang tersebar di enam kota di Indonesia yaitu Jakarta, Tangerang, Bandung, Medan, Surabaya, dan Semarang. Pada 2016, jalur distribusi keagenan berkontribusi sebesar 17 persen terhadap total perolehan premi baru Cigna Indonesia, meningkat 10 persen dibandingkan 2015.

Kantor pemasaran baru ini, Herlin melanjutkan, akan menjadi pusat pelatihan bagi para agen untuk membentuk dan mengembangkan kualitas dan profesionalitas mereka. Kantor yang berlokasi di Graha SA Surabaya ini juga dilengkapi dengan fasilitas layanan nasabah (*customer service*) dan dirancang dengan desain modern berkonsep *lounge* yang nyaman sekaligus menegaskan kedekatan Cigna Indonesia dengan nasabah.

Selain mengoperasikan kantor pemasaran baru, Cigna Indonesia juga mendukung pertumbuhan bisnis keagenan dengan meluncurkan aplikasi berbasis digital bagi para agen. Dengan sistem yang terintegrasi, aplikasi elektronik atau *e-apps* ini akan meningkatkan efisiensi dan profesionalitas para



agen sehingga akses nasabah untuk memperoleh asuransi Cigna Indonesia menjadi semakin cepat dan mudah.

“Cigna Indonesia telah melayani masyarakat Indonesia selama 27 tahun. Salah satu kekuatan Cigna Indonesia sehingga terus bertumbuh selama 27 tahun adalah komitmen kami untuk terus berevolusi dan berinovasi seiring dengan perkembangan industri dan kebutuhan masyarakat, salah satunya di bidang digital,” ujar Herlin Sutanto.

Chief Agency Officer Cigna Indonesia Dini Maharani menambahkan aplikasi ini didesain untuk membantu agen mengenali dan menganalisa kebutuhan finansial nasabah, sehingga dapat memberikan rekomendasi produk asuransi yang sesuai dengan tujuan keuangan nasabah. Nasabah dapat mengetahui ilustrasi produk yang akan mereka beli, termasuk jumlah premi dan benefit yang akan mereka peroleh. Pengajuan asuransi juga dapat dilakukan lewat aplikasi yang terintegrasi dengan sistem Cigna Indonesia. Lewat aplikasi elektronik ini, proses pengajuan asuransi *unit linked* hanya membutuhkan waktu dua hari. Nasabah akan memperoleh konfirmasi mengenai status pengajuan asuransinya melalui pesan singkat (SMS) maupun surat elektronik (*email*).

Aplikasi ini juga mempermudah agen dalam mengelola data para nasabah maupun nasabah potensial. Dengan demikian agen dapat menjaga komunikasi dengan nasabah untuk mengetahui dan melayani kebutuhan mereka. Aplikasi elektronik ini dapat diakses oleh para agen lewat perangkat digital tablet yang disediakan oleh perusahaan secara bertahap hingga Juni 2017.

Peresmian kantor pemasaran baru Cigna Indonesia di Surabaya juga ditandai dengan pemberian donasi sebesar Rp 10 juta kepada Yayasan Kanker Indonesia Jawa Timur, organisasi nirlaba di bidang upaya penanggulangan kanker. Donasi tersebut merupakan bentuk tanggung jawab Cigna Indonesia untuk membantu masyarakat yang membutuhkan biaya perawatan kanker. Sebelumnya, pada awal Mei lalu Cigna Indonesia juga memberikan donasi kepada Yayasan Kanker Indonesia Sumatera Utara. “Sebagai perusahaan asuransi yang fokus pada perlindungan kesehatan, Cigna Indonesia memiliki tanggung jawab untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan kesehatan. Tahun ini kami memfokuskan kegiatan tanggung jawab perusahaan pada risiko penyakit kritis yang terus meningkat, khususnya kanker, jantung, dan diabetes,” kata Herlin.

Bentuk tanggung jawab perusahaan juga ditunjukkan dengan komitmen Cigna Indonesia untuk membayar klaim nasabah. Pada 2016 Cigna Indonesia membayarkan klaim sebesar Rp 402,77 miliar meningkat 32 persen dibandingkan 2015.



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 sekitar 90 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 2016, Cigna Indonesia membukukan pencapaian rasio tingkat solvabilitas, atau disebut *Risk Based Capital* (RBC) sebesar 637% 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 fokus pada pelanggan dan senantiasa memberikan produk serta pelayanan terbaik bagi nasabah.

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

MEDIA CONTACTS:

Desy Pakpahan

Manager, Corporate Communications & Branding

Email: desy.pakpahan@cigna.com

Tel: + 62813 1676 9575