



Strategi Edukasi dan Sosialisasi Asuransi oleh PT Askrindo untuk Meningkatkan Kesadaran Masyarakat di Sumatera Utara

Nadya Puan Maharani¹, Nazwa Sabila², Cintya Sihalo³, Hairani Siregar⁴

¹²³⁴Universitas Sumatera Utara

Abstract: Asuransi memainkan peran krusial dalam pengelolaan risiko, tidak hanya memberikan perlindungan kepada individu atau perusahaan dari potensi kerugian, tetapi juga berkontribusi pada stabilitas ekonomi suatu negara. Di Indonesia, khususnya di Sumatera Utara, tingkat kesadaran masyarakat mengenai pentingnya asuransi masih tergolong rendah. Berdasarkan data dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2022, penetrasi asuransi di Indonesia hanya mencapai sekitar 3,1% dari total Produk Domestik Bruto (PDB), angka ini jauh lebih rendah dibandingkan dengan negara-negara berkembang lainnya. PT Askrindo sebagai penyedia layanan asuransi yang telah beroperasi di Indonesia sejak tahun 1970 memiliki peran strategis dalam mengedukasi masyarakat tentang asuransi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis berbagai strategi yang diterapkan oleh PT Askrindo dalam edukasi dan sosialisasi mengenai asuransi serta dampaknya terhadap kesadaran masyarakat di Sumatera Utara. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan dan rekomendasi bagi PT Askrindo dan pemangku kepentingan lainnya dalam upaya meningkatkan literasi asuransi di Indonesia.

Kata Kunci: PT Askrindo, Asuransi, Program Edukasi

DOI: <https://doi.org/10.53697/iso.v4i2.1942>

*Correspondence: Nazwa Sabila

Email: nazwasabila1631@gmail.com

Received: 10-10-2024

Accepted: 06-11-2024

Published: 10-12-2024



Copyright: © 2024 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstract: Insurance plays a crucial role in risk management, not only by providing protection to individuals and businesses from potential losses but also by contributing to a nation's economic stability. In Indonesia, especially in North Sumatra, public awareness of the importance of insurance remains relatively low. According to data from the Financial Services Authority (OJK) in 2022, insurance penetration in Indonesia only reached about 3.1% of the total Gross Domestic Product (GDP), a figure significantly lower than that of other developing countries. PT Askrindo, as an insurance service provider operating in Indonesia since 1970, has a strategic role in educating the public about insurance. This study aims to analyze the various strategies implemented by PT Askrindo in educating and promoting awareness about insurance, as well as its impact on public awareness in North Sumatra. It is hoped that the findings of this study will provide insights and recommendations for PT Askrindo and other stakeholders in efforts to improve insurance literacy in Indonesia.

Keywords: PT Askrindo, Insurance, Educational Programs

Pendahuluan

Asuransi memainkan peran krusial dalam pengelolaan risiko, tidak hanya memberikan perlindungan kepada individu atau perusahaan dari potensi kerugian, tetapi juga berkontribusi pada stabilitas ekonomi suatu negara (Castro, 2019; Perreira, 2019; White-Williams, 2020; Zhao, 2020). Di Indonesia, khususnya di Sumatera Utara, tingkat kesadaran masyarakat mengenai pentingnya asuransi masih tergolong rendah. Berdasarkan data dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2022, penetrasi asuransi di Indonesia hanya mencapai sekitar 3,1% dari total Produk Domestik Bruto (PDB), angka ini jauh lebih rendah dibandingkan dengan negara-negara berkembang lainnya (OJK, 2022).

Di Sumatera Utara, keberagaman demografi dan ekonomi masyarakat menjadi tantangan tersendiri dalam menyebarkan pemahaman tentang asuransi (Curtin, 2016; Ruano-Ravina, 2016; Supervía, 2017; Tauil, 2016). Banyak individu yang belum sepenuhnya memahami manfaat dan fungsi produk asuransi, sehingga sering kali mengabaikan perlindungan yang ditawarkan. Situasi ini diperburuk oleh adanya stigma negatif yang menganggap asuransi sebagai produk yang rumit dan mahal (Hidayati, 2020).

Dalam konteks ini, PT Askrindo sebagai penyedia layanan asuransi yang telah beroperasi di Indonesia sejak tahun 1970 memiliki peran strategis dalam mengedukasi masyarakat tentang asuransi. Strategi edukasi dan sosialisasi yang diterapkan oleh PT Askrindo sangat penting untuk meningkatkan kesadaran masyarakat, terutama di Sumatera Utara. Melalui program-program edukasi yang inovatif dan komunikasi yang efektif, PT Askrindo diharapkan dapat mengatasi kesalahpahaman serta membangun kepercayaan masyarakat terhadap produk asuransi (Andrade, 2015; Bradbury, 2015; Cawley, 2015; Nass, 2015).

Program edukasi yang efektif tidak hanya mencakup penjelasan mengenai produk asuransi tetapi juga mempertimbangkan cara masyarakat berinteraksi dengan informasi. Contohnya adalah penggunaan media sosial, seminar, dan workshop yang dapat menjangkau berbagai kalangan, termasuk masyarakat pedesaan yang mungkin tidak terjangkau oleh metode komunikasi tradisional (Husain, 2019). Pendekatan ini sangat penting karena peningkatan kesadaran akan berkontribusi pada literasi keuangan yang lebih baik, yang pada gilirannya berdampak positif terhadap perekonomian lokal.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis berbagai strategi yang diterapkan oleh PT Askrindo dalam edukasi dan sosialisasi mengenai asuransi serta dampaknya terhadap kesadaran masyarakat di Sumatera Utara. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan dan rekomendasi bagi PT Askrindo dan pemangku kepentingan lainnya dalam upaya meningkatkan literasi asuransi di Indonesia.

Metode

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dengan jenis penelitian kualitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan dengan tujuan untuk menggambarkan dan mendeskripsikan obyek dan fenomena yang diteliti. Yang termasuk di dalamnya bagaimana unsur-unsur yang ada dalam variabel penelitian itu

berinteraksi satu sama lain dan ada pula produk interaksi yang berlangsung. Peneliti berusaha memotret peristiwa dan kejadian yang menjadi pusat perhatian peneliti, kemudian menggambarkan, mendeskripsikan, atau melukiskannya sebagaimana adanya, sehingga pemanfaatan temuan penelitian ini berlaku pada saat itu pula yang belum tentu relevan bila digunakan untuk waktu yang akan datang.

Hasil dan Pembahasan

PT Asuransi Kredit Indonesia (Askrindo) menerapkan beberapa strategi edukasi untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang asuransi di Sumatera Utara yaitu :

1. Pelatihan dan Lokakarya : Askrindo menyelenggarakan kursus, lokakarya dan pelatihan untuk mengkomunikasikan asuransi secara rinci dan memahami produk asuransi dan manfaatnya.
2. Penggunaan Media Sosial : Kampanye pemasaran melalui media sosial dan saluran komunikasi modern lainnya untuk menjangkau khalayak yang lebih luas.
3. Kerjasama dengan institusi pendidikan dan pemerintah : Kolaborasi dengan institusi pendidikan dan pemerintah untuk menyebarkan informasi tentang asuransi.
4. Pengembangan Produk Terjangkau : Fokus pada pengembangan produk asuransi yang terjangkau, khususnya bagi masyarakat kurang mampu.
5. Kampanye informasi yang sistematis : Melakukan kampanye informasi yang lebih intensif untuk meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai manfaat jaminan sosial dan perlindungan asuransi.

PT Askrindo merupakan perusahaan asuransi milik negara yang memiliki misi untuk meningkatkan literasi dan inklusi asuransi di Indonesia, termasuk Sumatera Utara. Namun, proyek ini memiliki banyak tantangan yang harus diatasi. Tantangan yang Dihadapi PT Askrindo dalam Meningkatkan Literasi dan Inklusi Asuransi di Sumatera Utara yaitu :

1. Kurangnya pemahaman masyarakat terhadap asuransi Salah satu tantangan terbesarnya adalah rendahnya pemahaman masyarakat terhadap konsep dasar asuransi Berbicara tentang asuransi, masih banyak orang yang beranggapan bahwa asuransi itu rumit dan sulit dipahami Berdasarkan data OJK, literasi keuangan di Indonesia masih rendah, begitu pula di Sumatera Utara Masyarakat seringkali belum memahami manfaat asuransi dan cara kerjanya (OJK, 2021).
2. Budaya dan Sikap Negatif Terhadap Asuransi Terdapat bias negatif di kalangan masyarakat terhadap produk asuransi, yang seringkali dipicu oleh ketidakpuasan akibat pengalaman buruk terhadap produk asuransi Sebagian orang mungkin menganggap asuransi adalah hal yang sia-sia Pendekatan untuk mengatasi asumsi ini perlu didasarkan pada pendidikan yang lebih luas dan informasi yang jelas.
3. Aksesibilitas dan Infrastruktur Infrastruktur yang tidak memadai di beberapa daerah pedesaan di Sumatera Utara dapat menjadi hambatan bagi distribusi produk asuransi. Penetrasi teknologi digital yang masih belum sepenuhnya merata di seluruh wilayah sehingga membatasi akses masyarakat terhadap informasi dan produk asuransi yang ditawarkan (Bank Indonesia, 2022).

4. Keterbatasan Sumber Daya Manusia Upaya meningkatkan literasi dan inklusi asuransi memerlukan sumber daya manusia yang bertalenta. PT Askrindo harus melatih agen dan karyawannya untuk memberikan edukasi yang efektif kepada masyarakat umum. Ketersediaan pelatihan dan sistem pendukung yang baik mempunyai dampak yang sangat besar.
5. Persaingan pasar yang ketat Banyak perusahaan asuransi yang beroperasi di Indonesia menawarkan produk serupa. Persaingan yang ketat mungkin menyulitkan PT Asklind untuk menonjol dan memasuki pasar yang lebih besar. Merangsang kepentingan masyarakat memerlukan strategi pemasaran dan komunikasi yang lebih inovatif.
6. Kepatuhan terhadap Peraturan Sebagai perusahaan asuransi yang beroperasi dalam kerangka hukum, PT Askrindo harus memastikan bahwa seluruh program yang diluncurkan mematuhi peraturan yang berlaku. Proses ini seringkali memakan waktu dan sumber daya serta dapat menghambat upaya inklusi.
Solusi yang dapat dilakukan oleh PT Asuransi Kredit Indonesia (Askrindo) yaitu:
 1. Pendidikan dan Pelatihan Berbasis Komunitas Menyelenggarakan seminar, lokakarya, dan sosialisasi langsung ke masyarakat untuk lebih memahami pentingnya asuransi.
 2. Memanfaatkan teknologi Menciptakan platform digital yang mudah diakses untuk membantu masyarakat mendapatkan informasi dengan cepat dan mengurangi ketergantungan pada pertemuan tatap muka.
 3. Berkolaborasi dengan pemangku kepentingan Berkolaborasi dengan lembaga pemerintah, lembaga swadaya masyarakat, dan komunitas lokal untuk mengembangkan program literasi yang lebih komprehensif dan efektif.
 4. Meningkatkan sumber daya manusia Memberikan pelatihan berkelanjutan kepada agen dan karyawan untuk meningkatkan kemampuannya dalam menjelaskan produk asuransi kepada masyarakat.

Kesimpulan

Kajian ini menemukan bahwa meskipun pentingnya perlindungan asuransi dalam manajemen risiko sudah sangat jelas, namun kesadaran masyarakat terhadap asuransi di Sumatera Utara masih tergolong rendah Sebagai penyedia jasa asuransi yang beroperasi sejak tahun 1970, PT Askrindo mempunyai tanggung jawab besar dalam meningkatkan keahlian asuransi di wilayah tersebut Berbagai strategi pendidikan yang diterapkan PT Askrindo, seperti pelatihan, pemanfaatan media sosial, kerja sama dengan lembaga pendidikan, pengembangan produk yang terjangkau, dan kampanye informasi yang sistematis, menunjukkan potensi positif dalam meningkatkan kesadaran masyarakat.

Namun, kita juga menghadapi tantangan yang signifikan, antara lain kurangnya pemahaman masyarakat terhadap asuransi, budaya dan sikap negatif, keterbatasan infrastruktur, dan ketatnya persaingan di pasar asuransi.

Untuk mengatasi tantangan tersebut, PT Askrindo harus menerapkan solusi yang fokus pada pendidikan berbasis komunitas, memanfaatkan teknologi digital, dan membangun kolaborasi dengan beragam pemangku kepentingan.

Dengan langkah tersebut, PT Askrindo diharapkan dapat meningkatkan literasi asuransi dan keterlibatan masyarakat terhadap produk asuransi. Kajian ini memberikan wawasan dan rekomendasi yang diharapkan dapat membantu PT Askrindo dan pemangku kepentingan lainnya dalam terus mengembangkan kesadaran dan pemahaman akan pentingnya asuransi di Indonesia, khususnya Sumut. Diharapkan melalui upaya tersebut stabilitas perekonomian dan kesejahteraan masyarakat akan lebih tercapai.

Daftar Pustaka

- Hidayati, N. (2020). Stigmas dan Persepsi Masyarakat Terhadap Asuransi. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 8(2), 154-167.
- Husain, F. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Asuransi di Era Digital. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(1), 25-37.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2022). Laporan Tahunan OJK 2022. Jakarta: OJK.
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2021). Laporan Literasi dan Inklusi Keuangan.
- Bank Indonesia. (2022). Strategi Peningkatan Inklusi Keuangan di Indonesia.
- Andrade, L. O. M. De. (2015). Social determinants of health, universal health coverage, and sustainable development: Case studies from Latin American countries. *The Lancet*, 385(9975), 1343–1351. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(14\)61494-X](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(14)61494-X)
- Bradbury, B. (2015). Too many children left behind: The U.S. achievement gap in comparative perspective. *Too Many Children Left Behind: The U.S. Achievement Gap in Comparative Perspective*, 1–205.
- Castro, M. C. (2019). Brazil's unified health system: the first 30 years and prospects for the future. *The Lancet*, 394(10195), 345–356. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(19\)31243-7](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(19)31243-7)
- Cawley, J. (2015). An economy of scales: A selective review of obesity's economic causes, consequences, and solutions. *Journal of Health Economics*, 43, 244–268. <https://doi.org/10.1016/j.jhealeco.2015.03.001>
- Curtin, S. C. (2016). Smoking prevalence and cessation before and during pregnancy: Data from the birth certificate, 2014. *National Vital Statistics Reports*, 65(1), 1–13.
- Nass, S. J. (2015). Identifying and addressing the needs of adolescents and young adults with cancer: Summary of an institute of medicine workshop. *Oncologist*, 20(2), 186–195. <https://doi.org/10.1634/theoncologist.2014-0265>
- Perreira, K. M. (2019). Policies of Exclusion: Implications for the Health of Immigrants and Their Children. *Annual Review of Public Health*, 40, 147–166. <https://doi.org/10.1146/annurev-publhealth-040218-044115>
- Ruano-Ravina, A. (2016). Participation and adherence to cardiac rehabilitation programs. A systematic review. *International Journal of Cardiology*, 223, 436–443. <https://doi.org/10.1016/j.ijcard.2016.08.120>

-
- Supervía, M. (2017). Cardiac Rehabilitation for Women: A Systematic Review of Barriers and Solutions. *Mayo Clinic Proceedings*, 92(4), 565–577. <https://doi.org/10.1016/j.mayocp.2017.01.002>
- Tauil, M. (2016). Factors associated with incomplete or delayed vaccination across countries: A systematic review. *Vaccine*, 34(24), 2635–2643. <https://doi.org/10.1016/j.vaccine.2016.04.016>
- White-Williams, C. (2020). Addressing Social Determinants of Health in the Care of Patients with Heart Failure: A Scientific Statement from the American Heart Association. *Circulation*, 141(22). <https://doi.org/10.1161/CIR.0000000000000767>
- Zhao, Y. (2020). Physical multimorbidity, health service use, and catastrophic health expenditure by socioeconomic groups in China: an analysis of population-based panel data. *The Lancet Global Health*, 8(6). [https://doi.org/10.1016/S2214-109X\(20\)30127-3](https://doi.org/10.1016/S2214-109X(20)30127-3)