



Laporan Tahunan &
Laporan Keberlanjutan
Annual & Sustainability Report

2025



ONE Action,
Securing Future

PT Asuransi Allianz Life Indonesia

Tema

Theme

ONE Action, Securing Future Growth

**Laporan Tahunan &
Laporan Keberlanjutan**

Annual Report &
Sustainability Report

2025



Melalui solusi asuransi yang inovatif dan berkelanjutan, Allianz Life Indonesia berkomitmen untuk melindungi masyarakat dalam mencapai rencana masa depan yang dimiliki. ONE Action mencerminkan langkah bersama kami dengan nasabah, memperkuat perlindungan yang tidak hanya memberikan rasa aman, tetapi juga memberdayakan mereka untuk lebih siap menghadapi tantangan masa depan.

Through innovative and sustainable insurance solutions, Allianz Life Indonesia is committed to protecting the community in achieving their future plans. ONE Action reflects our joint steps with customers, strengthening protection that not only provides a sense of security, but also empowers them to be better prepared to face future challenges.

Kesinambungan Tema

Theme Continuity

2024

ONE Protection: Innovations that Transform Lives

Melalui inovasi perlindungan yang terus berkembang, Allianz Life Indonesia berkomitmen menghadirkan solusi asuransi yang relevan dan berdampak nyata bagi kehidupan masyarakat. ONE Protection mencerminkan semangat kami dalam berinovasi memberikan perlindungan menyeluruh yang adaptif terhadap kebutuhan zaman, demi masa depan yang lebih aman dan sejahtera bagi semua.

Through continuously evolving protective innovations, Allianz Life Indonesia is committed to providing insurance solutions that are relevant and impactful to people's lives. ONE Protection embodies our spirit of offering comprehensive protection that adapts to the needs of the times, ensuring a safer and more prosperous future for all.



2023

One Allianz for the Future

Kesatuan dan kekuatan kolektif Allianz sebagai organisasi global merupakan landasan kuat untuk bekerja selaras menuju masa depan cemerlang bagi semua orang. Sebagai perusahaan multinasional, Allianz memiliki kekuatan besar untuk menjangkau dan memberi dampak bagi pembangunan berkelanjutan.

Melalui sistem kerja yang terpusat dan terintegrasi, Allianz dapat menyediakan berbagai produk inovatif dan layanan optimal untuk melindungi lebih banyak orang setiap tahunnya, serta berkontribusi positif pada lingkungan dan kehidupan masyarakat.

The unity and collective strength of Allianz as a global organization form a solid foundation for working together toward a bright future for everyone. As a multinational company, Allianz has significant power to reach and make an impact on sustainable development.

Through a centralised and integrated working system, Allianz can provide various innovative products and optimal services to protect more people each year, while also making a positive contribution to the environment and society.



Daftar Isi

Table of Contents

2	Tema Theme	59	Jajaran Manajemen Senior Senior Management
3	Kesinambungan Tema Theme Continuity	60	Struktur Organisasi Organizational Structure
01	Ikhtisar Utama Performance Highlight	61	Skala Perusahaan Company Scale
8	Ikhtisar Penting Key Highlights	62	Demografi Karyawan Employee Demographics
9	Peristiwa Penting Event Highlights	64	Keanggotaan Asosiasi Membership in Associations
18	Penghargaan 2025 Awards 2025	65	Perubahan Yang Bersifat Signifikan Significant Changes
26	Kampanye Pemasaran dan Branding Branding and Marketing Campaigns	66	Jaringan Kantor Pemasaran Aktif Active Network of Marketing Offices
02	Laporan Manajemen Management Reports	71	Kegiatan Usaha, Produk, dan Layanan Business Activities, Products, and Services
30	Pesan Dewan Komisaris Message from the Board of Commissioners	72	Produk Perusahaan Company Products
35	Pesan Dewan Direksi Message from the Board of Directors	80	Asuransi Jiwa Kredit Credit Life Insurance
03	Profil Perusahaan Company Profile	81	Employee Benefit Employee Benefit
44	Grup Allianz Allianz Group	82	Digital, Bancassurance & Mikro Digital, Bancassurance & Mikro
46	Identitas Perusahaan Company Identity	83	Pelayanan Tenaga Pemasar Services to Sales Force
47	Sekilas Allianz Life Indonesia Allianz Life Indonesia at a Glance	84	Pelayanan Nasabah Customer Service
48	Jejak Langkah Milestones	04	Analisis dan Pembahasan Manajemen Management Discussion and Analysis
52	Tujuan dan Strategi Purpose and Strategy	88	Tinjauan Perekonomian 2025 2025 Economic Overview
54	Jajaran Dewan Komisaris Board of Commissioners	89	Tinjauan Industri 2025 2025 Industry Overview
56	Jajaran Direksi Board of Directors	91	Ikhtisar Keuangan Financial Highlights
		92	Tinjauan Keuangan 2025 2025 Financial Review

93	Tinjauan Bisnis 2025 <i>2025 Business Overview</i>
98	Dana Investasi <i>Investment Funds</i>
105	Performa Dana Investasi <i>Investment Fund Performance</i>
106	Tinjauan Teknik & Operasional <i>Technical & Operational Review</i>

05 Tata Kelola Perusahaan *Corporate Governance*

110	Komitmen Allianz <i>Allianz's Commitment</i>
111	Penerapan Prinsip GCG <i>Implementation of GCG Principles</i>
112	Rapat Umum Pemegang Saham <i>General Meeting of Shareholders</i>
114	Dewan Komisaris <i>Board of Commissioners</i>
116	Direksi <i>Board of Directors</i>
119	Komite di Bawah Dewan Komisaris <i>Committees under the Board of Commissioners</i>
121	Komite di Bawah Direksi <i>Committees under the Board of Directors</i>
124	Aspek Manajemen Risiko <i>Risk Management Aspects</i>
127	Kebijakan Yang Mendukung Aspek Tata Kelola Perusahaan (GCG) <i>Policies Supporting Corporate Governance (GCG) Aspects</i>
132	Tata Kelola Keberlanjutan <i>Sustainable Governance</i>

06 Laporan Keberlanjutan *Sustainability Report*

140	Tentang Laporan Keberlanjutan <i>About the Sustainability Report</i>
145	Komitmen Keberlanjutan Allianz Life <i>Allianz Life's Commitment to Sustainability</i>
151	Ikhtisar Kinerja Keberlanjutan <i>Sustainability Performance Highlights</i>
152	Kinerja Keberlanjutan <i>Sustainability Performance</i>
156	Kinerja Lingkungan <i>Environmental Performance</i>
161	Kinerja Sosial <i>Social Performance</i>
172	Mendukung Kehidupan Masyarakat Menjadi Lebih Baik <i>Supporting a Better Quality of Life for the Community</i>
176	Melindungi Masa Depan <i>Securing the Future</i>
179	Kriteria Pengumpulan dan Penghitungan Data <i>Criteria for Data Collection and Calculation</i>
180	Informasi Keberlanjutan Terpilih yang Diberikan Assurance secara Independen <i>Selected Sustainability Information Independently Assured</i>

07 Lampiran *Appendix*

185	Daftar Indeks POJK 51/POJK.03/2017 <i>Index of POJK 51/POJK.03/2017</i>
188	Indeks Konten GRI <i>GRI Content Index</i>
192	Lembar Umpan Balik <i>Feedback Form</i>



.01

Ikhtisar Utama

Performance Highlight

Ikhtisar Penting

Key Highlights

dalam jutaan rupiah
in million rupiah

Keterangan	2025	2024*	2023**	Description
Jumlah Aset	39.731.038	38.160.250	39.008.689	Total Asset
Jumlah Liabilitas	28.490.632	26.962.917	27.935.611	Total Liability
Jumlah Dana Peserta	1.516.252	1.457.474	1.758.003	Total Participant's Fund
Jumlah Ekuitas	9.724.154	9.739.859	9.315.075	Total Equity
Risk-Based Capital (RBC) Ratio	260%	262%	288%	Risk-Based Capital (RBC) Ratio
Hasil Jasa Asuransi Bersih	737.558	1.290.388	-	Total Insurance Service Result
Hasil Investasi Bersih	1.859.274	556.522	-	Net Investment Income
Laba Sebelum Pajak	498.473	852.905	-	Profit Before Tax
Laba Setelah Pajak	510.224	761.022	-	Profit After Tax

*Disajikan kembali sesuai PSAK 117

**Penyajian kembali atas posisi keuangan awal per 1 Januari 2024 sehingga tidak terdapat laporan laba rugi yang disajikan kembali.

*Restated in accordance with PSAK 117

**Restatement for the opening balance as at 1 January 2024 and consequently no restated statement of profit or loss.

Peristiwa Penting

Significant Events



Januari
January

Peluncuran Allianz Wealthlink Supreme Life dengan Bank CTBC *Launch of Allianz Wealthlink Supreme Life with CTBC Bank*

PT Asuransi Allianz Life Indonesia bersama dengan PT Bank CTBC Indonesia menghadirkan Allianz Wealthlink Supreme Life, asuransi jiwa unit link yang memberikan perlindungan asuransi jiwa jangka panjang sampai dengan usia 100 tahun dan potensi nilai investasi untuk perencanaan masa tua mendatang.

PT Asuransi Allianz Life Indonesia, together with PT Bank CTBC Indonesia, presents Allianz Wealthlink Supreme Life, a unit-linked life insurance product that provides long-term life insurance protection up to age 100 and potential investment value for future retirement planning.



Januari
January

Kick-Off untuk Allianz Star Network dan Bancassurance 2025 *Kick-Off for Allianz Star Network and Bancassurance 2025*

Allianz Indonesia menggelar acara *kick off* untuk kedua jalur distribusi utama perusahaan, yaitu Allianz Star Network dan *bancassurance*, sebagai apresiasi para tenaga pemasar dan memotivasi untuk terus bertumbuh bersama.

Allianz Indonesia held a kick-off event for the company's two main distribution channels, Allianz Star Network and bancassurance, as a token of appreciation for its marketing staff and to motivate them to continue growing together.



Februari
February

Peluncuran Premier Plan Assurance dengan HSBC Indonesia *Launch of Premier Plan Assurance with HSBC Indonesia*

Allianz Life dan HSBC Indonesia memperkenalkan Premier Plan Assurance, asuransi jiwa unit link yang akan memberikan potensi hasil investasi optimal untuk perlindungan rencana keuangan masa depan nasabah HSBC Indonesia.

Allianz Life and HSBC Indonesia introduced Premier Plan Assurance, a unit-linked life insurance product that will deliver optimal investment returns to support HSBC Indonesia customers' future financial plans.



Februari
February

Perkuat Sinergi, Allianz Indonesia Gelar Malam Apresiasi untuk Media

Strengthening Synergy, Allianz Indonesia Holds Appreciation Night for the Media

Allianz Indonesia menggelar Malam Apresiasi dan ramah-tamah bersama Pemimpin Redaksi Media untuk mengapresiasi dukungan yang telah diberikan oleh media kepada perusahaan dalam upaya mengedukasi masyarakat mengenai pentingnya literasi finansial, khususnya proteksi asuransi.

Allianz Indonesia held an Appreciation Night and reception with Media Editors-in-Chief to express its gratitude for the media's support in educating the public about the importance of financial literacy, particularly insurance protection.



Februari
February

Allianz Peduli Membangun Generasi Peduli Lingkungan dengan "Waste Management Goes to School"

Allianz Peduli Builds an Environmentally Conscious Generation with "Waste Management Goes to School"

Allianz Indonesia melalui Yayasan Allianz Peduli dan bekerja sama dengan Duitin menyelenggarakan Program "Allianz Peduli Waste Management Goes to School", inisiatif yang diluncurkan Allianz untuk meningkatkan kesadaran dan keterampilan dalam pengelolaan sampah di lingkungan sekolah.

Allianz Indonesia, through the Allianz Peduli Foundation and in collaboration with Duitin, organized the "Allianz Peduli Waste Management Goes to School" program, an initiative launched by Allianz to raise awareness and skills in waste management in schools.



Maret
March

Allianz Life dan Maybank Indonesia Hadirkan My Protection Future

Allianz Life and Maybank Indonesia Present My Protection Future

Allianz Life dan Maybank Indonesia meluncurkan asuransi jiwa tradisional MyProtection Future. Produk ini dirancang dengan berbagai fitur unggul yang dapat mendukung nasabah mencapai nilai warisan maksimal di masa depan, salah satunya adalah manfaat booster uang pertanggungan.

Allianz Life and Maybank Indonesia launched the traditional life insurance product MyProtection Future. This product is designed with various excellent features that can help customers achieve maximum inheritance value in the future, including a booster benefit for the sum insured.



Maret
March

Allianz Life Memperoleh Peringkat National Insurer Financial Strength (IFS)

Allianz Life Receives National Insurer Financial Strength (IFS) Rating

Allianz Life Indonesia kembali memperoleh Peringkat National Insurer Financial Strength (IFS) tertinggi 'AAA (idn)', Outlook Stabil dari Fitch Ratings Indonesia berdasarkan kinerja finansial di tahun 2024.

Allianz Life Indonesia has once again received the highest National Insurer Financial Strength (IFS) rating of 'AAA (idn)', with a Stable Outlook from Fitch Ratings Indonesia based on its financial performance in 2024.



Maret
March

Inisiatif Pinnacle Excellence Program (PEP) oleh Allianz *Pinnacle Excellence Program (PEP) Initiative by Allianz*

Allianz meningkatkan kualitas agen dengan kemampuan yang lebih memadai dan memberikan wawasan untuk menavigasi lanskap finansial yang selalu berubah, salah satunya melalui Pinnacle Excellence Program, untuk menjawab tantangan penetrasi asuransi di Indonesia.

Allianz improves the quality of its agents by equipping them with more robust capabilities and provides insights to navigate the ever-changing financial landscape, one of which is through the Pinnacle Excellence Program, to address the challenges of insurance penetration in Indonesia.



April
April

Peluncuran Allianz Life LegacyPro dengan Bank QNB Indonesia *Launch of Allianz Life LegacyPro with Bank QNB Indonesia*

Allianz Life bersama dengan Bank QNB Indonesia menghadirkan Allianz Life LegacyPro, solusi asuransi jiwa yang dirancang untuk memberikan perlindungan finansial menyeluruh bagi nasabah di berbagai tahap kehidupan, khususnya warisan, agar kehidupan anak dan keluarga tercinta tetap terjamin saat ditinggalkan.

Allianz Life, in collaboration with Bank QNB Indonesia, presents Allianz Life LegacyPro, a life insurance solution designed to provide comprehensive financial protection for customers at various life stages, especially during inheritance, so that the lives of children and beloved families remain secure when they are left behind.



April
April

Peringati Hari Kartini, Allianz Indonesia Dukung Kepemimpinan Perempuan secara Berkelanjutan *Commemorating Kartini Day, Allianz Indonesia Supports Sustainable Women's Leadership*

Allianz Indonesia mengadakan kegiatan "Women's Day Lunch & Learn Session" untuk karyawan, dalam rangka merayakan pencapaian perempuan dan meningkatkan upaya pemberdayaan dengan mengedepankan *growth mindset* sebagai landasan pengembangan diri.

Allianz Indonesia held a "Women's Day Lunch & Learn Session" for employees to celebrate women's achievements and enhance empowerment efforts by promoting a growth mindset as the foundation for self-development.



Mei
May

Allianz Life Luncurkan Allianz Critical Plus (ACP) *Allianz Life Launches Allianz Critical Plus (ACP)*

Allianz Life memperkenalkan produk terbaru Asuransi Allianz Critical Plus, solusi asuransi jiwa yang memberikan perlindungan finansial terhadap risiko penyakit kritis, untuk membantu nasabah mengelola dampak finansial dari situasi kesehatan yang tak terduga.

Allianz Life introduces its latest product, Allianz Critical Plus Insurance, a life insurance solution that provides financial protection against critical illness, helping customers manage the financial impact of unexpected health situations.



Mei
May

Allianz Life & HSBC Luncurkan Smartwealth Rupiah Multi Asset Income fund

Allianz Life & HSBC Launch Smartwealth Rupiah Multi Asset Income Fund

Menjawab kebutuhan nasabah yang mencari alternatif investasi, Bank HSBC Indonesia dan Allianz Life Indonesia resmi meluncurkan Smartwealth Rupiah Multi Asset Income Fund, yang didukung oleh PT Allianz Global Investors Asset Management Indonesia (AllianzGI Indonesia).

Responding to customer demand for investment alternatives, HSBC Indonesia and Allianz Life Indonesia officially launched the Smartwealth Rupiah Multi Asset Income Fund, supported by PT Allianz Global Investors Asset Management Indonesia (AllianzGI Indonesia).



Mei
May

Allianz Indonesia Catatkan Kinerja Keuangan yang Solid

Allianz Indonesia Records Solid Financial Performance

Allianz Indonesia yang terdiri dari PT Asuransi Allianz Life Indonesia (Allianz Life), PT Asuransi Allianz Life Syariah Indonesia (Allianz Syariah), dan PT Asuransi Allianz Utama Indonesia (Allianz Utama) mencatatkan kinerja keuangan yang baik sepanjang tahun 2024.

Allianz Indonesia, comprising PT Asuransi Allianz Life Indonesia (Allianz Life), PT Asuransi Allianz Life Syariah Indonesia (Allianz Syariah), and PT Asuransi Allianz Utama Indonesia (Allianz Utama), recorded strong financial performance throughout 2024.



Juni
June

Allianz Rilis Laporan Asuransi Global 2025

Allianz Releases Global Insurance Report 2025

Allianz Research merilis Global Insurance Report terbarunya, yang menganalisis perkembangan pasar asuransi di seluruh dunia.

Allianz Research released its latest Global Insurance Report, which analyzes developments across the global insurance market.



Juli
July

Chong Fang Siong menjadi Direktur Strategy and Transformation Allianz Life

Chong Fang Siong appointed Director of Strategy and Transformation at Allianz Life

Allianz Life Indonesia mengumumkan penunjukan Chong Fang Siong sebagai Direktur yang membawahkan fungsi *Chief Strategy and Transformation Officer* sebagaimana telah mendapatkan persetujuan dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

Allianz Life Indonesia announced the appointment of Chong Fang Siong as Director in charge of the Chief Strategy and Transformation Officer function, as approved by the Financial Services Authority (OJK).



Juli
July

Kolaborasi Allianz Indonesia dan doctorSHARE di Pulau Kei

Allianz Indonesia and doctorSHARE Collaboration on Kei Island

Allianz Indonesia bersama doctorSHARE melalui Yayasan Allianz Peduli meluncurkan Pantu Rawat Gizi di Pulau Kei, Maluku Tenggara, sebagai wujud komitmen jangka panjang dalam meningkatkan kesehatan ibu dan anak di wilayah terpencil.

Allianz Indonesia and doctorSHARE, through the Allianz Peduli Foundation, launched a Nutrition Care Center on Kei Island, Southeast Maluku, as part of their long-term commitment to improving the health of mothers and children in remote areas.



Agustus
August

Allianz Indonesia Gelar Fun Match Padel

Allianz Indonesia Holds Fun Padel Match

Allianz Indonesia menggelar *fun match* MoveNow: Padel, Now! di Republic Padel sebagai bagian dari kampanye MoveNow, yang mengajak masyarakat untuk lebih banyak bergerak dan membangun gaya hidup aktif.

Allianz Indonesia held a MoveNow: Padel, Now! fun match at Republic Padel as part of the MoveNow campaign, which encourages people to move more and build an active lifestyle.



Agustus
August

Dukung Bisnis Berkelanjutan, Allianz Indonesia & Solve Education! Gelar Showcase Ecopower Ideation

Supporting Sustainable Business, Allianz Indonesia & Solve Education! Hold Ecopower Ideation Showcase

Sebagai implementasi dari inisiatif global Social Impact Fund 2024 dari Allianz Group, Allianz Indonesia melalui Yayasan Allianz Peduli berkolaborasi dengan Solve Education! menggelar Showcase Ecopower Ideation di Bandung. Program ini bertujuan untuk memberdayakan generasi muda Indonesia, termasuk penyandang disabilitas, melalui pendidikan dan pelatihan keterampilan yang terintegrasi dengan prinsip keberlanjutan lingkungan.

As part of the implementation of the Allianz Group's global Social Impact Fund 2024 initiative, Allianz Indonesia, through the Allianz Peduli Foundation, collaborated with Solve Education! to hold the Ecopower Ideation Showcase in Bandung. This program aims to empower Indonesia's young generation, including people with disabilities, through education and skills training integrated with environmental sustainability principles.



September
September

Allianz Indonesia dan Maybank Indonesia Luncurkan MyProtection Growth

Allianz Indonesia and Maybank Indonesia Launch MyProtection Growth

Allianz Life Indonesia bersama dengan Maybank Indonesia menghadirkan MyProtection Growth, solusi asuransi jiwa yang dikaitkan dengan investasi (PAYDI) yang dirancang untuk memberikan proteksi jangka panjang dengan potensi pertumbuhan investasi yang optimal.

Allianz Life Indonesia, in collaboration with Maybank Indonesia, presents MyProtection Growth, a life insurance solution linked to investment (PAYDI) designed to provide long-term protection with optimal investment growth potential.



September
September

Allianz Indonesia Memperkenalkan Allianz Future Income *Allianz Indonesia Introduces Allianz Future Income*

Allianz Life Indonesia memperkenalkan Asuransi Allianz Future Income, produk asuransi jiwa dwiguna (*endowment*) yang memberikan kepastian pendapatan di masa depan.

Allianz Life Indonesia introduces Allianz Future Income Insurance, a dual-purpose (endowment) life insurance product that provides certainty of future income.

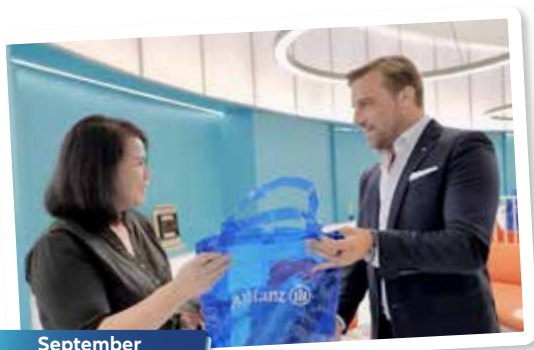


September
September

Komitmen Allianz Indonesia terhadap Literasi Keuangan *Allianz Indonesia's Commitment to Financial Literacy*

Allianz Indonesia menegaskan komitmennya menjadikan literasi keuangan sebagai bagian dari strategi jangka panjang ESG (*Environmental, Social, Governance*) dan *sustainability*.

Allianz Indonesia affirms its commitment to integrating financial literacy into its long-term ESG (Environmental, Social, Governance) and sustainability strategy.



September
September

Allianz Indonesia Rayakan Hari Pelanggan Nasional *Allianz Indonesia Celebrates National Customer Day*

Dalam rangka memperingati Hari Pelanggan Nasional, Allianz Indonesia menegaskan kembali komitmennya dalam memberikan perlindungan dan layanan terbaik bagi seluruh nasabah.

In commemoration of National Customer Day, Allianz Indonesia reaffirms its commitment to providing the best protection and service to all customers.



September
September

Gandeng Indra Sjafri, Allianz Indonesia Gelar MoveNow Camp *Partnering with Indra Sjafri, Allianz Indonesia Holds MoveNow Camp*

Menggandeng Indra Sjafri, mantan pelatih Timnas Indonesia U-19 dan U-23, Allianz Indonesia menyelenggarakan MoveNow Camp – Indonesia Edition yang diselenggarakan pada 20-21 September 2025 di CIBIS Park, Jakarta Selatan. Program pelatihan sepak bola intensif ini sukses diikuti oleh 30 remaja terpilih.

In partnership with Indra Sjafri, former coach of the Indonesian U-19 and U-23 national teams, Allianz Indonesia held the MoveNow Camp – Indonesia Edition on September 20-21, 2025, at CIBIS Park, South Jakarta. This intensive soccer training program was successfully attended by 30 selected teenagers.



September
September

Aksi Nyata Allianz Indonesia di World Cleanup Day 2025

Allianz Indonesia's Concrete Action on World Cleanup Day 2025

Allianz Indonesia melalui Yayasan Allianz Peduli kembali menunjukkan komitmennya terhadap keberlanjutan lingkungan dengan menghadirkan rangkaian kegiatan sejalan dengan semangat World Cleanup Day (WCD) 2025.

Allianz Indonesia, through the Allianz Peduli Foundation, once again demonstrated its commitment to environmental sustainability by presenting a series of activities in line with the spirit of World Cleanup Day (WCD) 2025.



Oktober
October

Allianz Indonesia dan HSBC Indonesia Luncurkan Premier Heritage Assurance

Allianz Indonesia and HSBC Indonesia Launch Premier Heritage Assurance

Allianz Life dan HSBC Indonesia memperkenalkan Premier Heritage Assurance, solusi proteksi jiwa yang dirancang untuk memberikan fleksibilitas dalam perencanaan pensiun dan warisan, khusus untuk nasabah HSBC Indonesia.

Allianz Life and HSBC Indonesia introduced Premier Heritage Assurance, a life protection solution designed to provide flexibility in retirement and inheritance planning, specifically for HSBC Indonesia customers.



Oktober
October

Peluncuran MyProtection Simple dengan Maybank Indonesia

Launch of MyProtection Simple with Maybank Indonesia

Allianz Life Indonesia bersama Maybank Indonesia menghadirkan MyProtection Simple di aplikasi mobile banking M2U ID, solusi perlindungan jiwa yang praktis, terjangkau, dan bisa diakses kapan saja serta di mana saja.

Allianz Life Indonesia and Maybank Indonesia present MyProtection Simple on the M2U ID mobile banking application, a practical, affordable life protection solution that can be accessed anytime, anywhere.



Oktober
October

Rayakan Hari Asuransi 2025, Allianz Indonesia Perkuat Komitmen Edukasi Keuangan

Celebrating Insurance Day 2025, Allianz Indonesia Strengthens Its Commitment to Financial Education

Allianz Indonesia terus mengukuhkan komitmennya untuk terus meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya perlindungan finansial melalui edukasi, inovasi produk, dan layanan yang inklusif.

Allianz Indonesia continues to strengthen its commitment to raising public awareness of the importance of financial protection through education, product innovation, and inclusive services.



Oktober
October

Edukasi Menghibur ala Allianz Indonesia di Bulan Inklusi Keuangan 2025

Allianz Indonesia's Entertaining Education during Financial Inclusion Month 2025

Allianz Indonesia dukung Bulan Inklusi Keuangan (BIK) 2025 yang digelar oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dengan ikut serta dalam FinExpo, di mana Allianz mengedukasi pengunjung melalui permainan interaktif dan konsultasi dengan agen.

Allianz Indonesia supports the Financial Inclusion Month (BIK) 2025, organized by the Financial Services Authority (OJK), by participating in FinExpo, where Allianz educates visitors through interactive games and agent consultations.



Oktober
October

Allianz Capai Rekor Valuasi Brand Tertinggi Sepanjang Masa Senilai USD 28,2 Miliar

Allianz Achieves Record Highest Brand Valuation of USD 28.2 Billion

Allianz kembali masuk dalam jajaran *brand* paling bernilai di dunia dan, untuk ketujuh kali berturut-turut, menjadi *brand* asuransi dengan valuasi tertinggi di dunia.

Allianz is once again among the world's most valuable brands and, for the seventh consecutive time, is the insurance brand with the highest valuation in the world.



November
November

Penunjukkan Gert de Rijke sebagai Direktur & Country Chief Financial Officer, dan Nina Hatumena sebagai Direktur & Chief People and Culture

Appointment of Gert de Rijke as Director & Country Chief Financial Officer, and Nina Hatumena as Director & Chief People and Culture

Allianz Life mengumumkan penunjukan Gert de Rijke sebagai Direktur & Country Chief Financial Officer dan Nina Hatumena sebagai Direktur & Chief People and Culture, sebagaimana telah mendapatkan persetujuan dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

Allianz Life announced the appointment of Gert de Rijke as Director & Country Chief Financial Officer and Nina Hatumena as Director & Chief People and Culture, as approved by the Financial Services Authority (OJK).



Desember
December

Allianz Indonesia Gelar Media Workshop Diskusi Ekonomi 2026
Allianz Indonesia Holds Media Workshop on Economic Discussion 2026

Allianz Indonesia kembali menggelar media workshop yang melibatkan pengamat ekonomi dan perwakilan media untuk membahas bagaimana Peran Media serta Industri Asuransi Membentuk Kepercayaan Publik dan Optimisme Terhadap Masa Depan Ekonomi Indonesia 2026.

Allianz Indonesia once again held a media workshop with economic observers and media representatives to discuss how the media and the insurance industry shape public trust and optimism about Indonesia's economy in 2026.



Desember
December

Allianz Indonesia Salurkan Bantuan untuk Sumatra dan Aceh
Allianz Indonesia Distributes Aid to Sumatra and Aceh

Allianz Indonesia, bekerja sama dengan doctorSHARE, menyalurkan bantuan kemanusiaan untuk mendukung masyarakat terdampak bencana di Aceh Timur dan Aceh Tamiang (Aceh), Sibolga (Sumatra Utara), dan Padang Pariaman (Sumatra Barat).

Allianz Indonesia, in collaboration with doctorSHARE, distributed humanitarian aid to support communities affected by disasters in East Aceh and Aceh Tamiang (Aceh), Sibolga (North Sumatra), and Padang Pariaman (West Sumatra).



Desember
December

Allianz Group Donasi hingga 600 Ribu Euro untuk Banjir Asia Tenggara
Allianz Group Donates up to 600,000 euros for Flood Relief in South-East Asia

Allianz Group memberikan bantuan finansial untuk mendukung wilayah yang terdampak akibat badai, banjir, dan tanah longsor parah di Indonesia, Thailand, dan Sri Lanka.

Allianz Group is providing financial assistance to support areas affected by severe storms, floods, and landslides in Indonesia, Thailand, and Sri Lanka.

Penghargaan 2025

Awards 2025



24 Januari 2025
January 24, 2025

Life Insurance (Silver)
MARKETEERS YOUTH CHOICE AWARD 2025
PT Marketeers Internasional



24 Januari 2025
January 24, 2025

Best Public Relations 2025 in Encouraging Information Transparency and Accountability to Build Consumer Trust, (Category: Life Insurance)
INDONESIA PUBLIC RELATIONS AWARDS 2025
PT Kuadran Satu Komunika (Wartek)



12 Februari 2025
February 12, 2025

Indonesia Best CEO 2024
INDONESIA BEST CEO & BEST CFO 2024
Majalah SWA



19 Februari 2025
February 19, 2025

"Allianz Care" Call Center Life and Health Insurance - EXCEPTIONAL Service Performance
CONTACT CENTER SERVICE EXCELLENCE AWARD (CCSEA) 2025 Majalah Marketing



25 Februari 2025
February 25, 2025

7 penghargaan Best Unit Link Award 2025, Investortrust.id dan Infovesta Utama:
7 awards from Best Unit Link Awards 2025, Investortrust.id and Infovesta Utama:

- Smartwealth Equity IndoGlobal Fund Kategori Saham IDR Konvensional Periode 5 Tahun
- Smartwealth Equity IndoGlobal Fund Kategori Saham IDR Konvensional Periode 7 Tahun
- Smartwealth Equity IndoGlobal Fund Kategori Saham IDR Konvensional Periode 10 Tahun
- Smartwealth Equity Indoasia Fund(USD) Kategori Saham USD Periode 10 Tahun
- Smartwealth Dollar Multi Asset Fund Kategori Campuran USD Periode 5 Tahun
- Smartwealth Dollar US Bond Fund Kategori Pendapatan Tetap USD Periode 3 Tahun
- GroupLink Money Market Fund Kategori Pasar Uang IDR Konvensional Periode 5 Tahun BEST UNIT LINK AWARD 2025 PT Investortrust Indonesia Sejahtera (Investortrust.id)
- Smartwealth Equity IndoGlobal Fund (IDR Equity Category) Conventional, 5-year period
- Smartwealth Equity IndoGlobal Fund (IDR Equity Category) Conventional, 7-year period
- Smartwealth Equity IndoGlobal Fund (IDR Equity Category) Conventional, 10-year period
- Smartwealth Equity Indoasia Fund (USD) (USD Equity Category) 10-year period
- Smartwealth Dollar Multi Asset Fund Mixed Category USD 5-Year Period
- Smartwealth Dollar US Bond Fund Fixed Income Category USD 3-Year Period
- GroupLink Money Market Fund Money Market Category IDR Conventional 5-Year Period BEST UNIT LINK AWARD 2025 PT Investortrust Indonesia Sejahtera (Investortrust.id)



25 Februari 2025
February 25, 2025

UNITLINK AWARD 2025
PT Media Asuransi Indonesia

- Kelompok Unitlink Saham Dolar AS atas Produk: Smartwealth Dollar Equity World Opportunities Funds US\$
- Kelompok Unitlink Pendapatan Tetap Dolar AS atas Produk: Smartwealth Dollar US Bond Fund
- Kelompok Unitlink Saham Rupiah atas Produk: GroupLink Money Market Fund
- Kelompok Unitlink Saham Rupiah atas Produk: Smartwealth Equity Indoglobal Class B Fund
- Kelompok Unitlink Campuran Dolar AS atas Produk: Smartwealth Dollar Multi Asset Fund
- US Dollar Equity Unit-Linked Group for the Product: Smartwealth Dollar Equity World Opportunities Funds US\$
- US Dollar Fixed Income Unit-Linked Group for the Product: Smartwealth Dollar US Bond Fund
- Rupiah Money Market Unit-Linked Group for the Product: GroupLink Money Market Fund
- Rupiah Equity Unit-Linked Group for the Product: Smartwealth Equity Indoglobal Class B Fund
- US Dollar Mixed Unit-Linked Group for the Product: Smartwealth Dollar Multi Asset Fund



25 Februari 2025
February 25, 2025

Best Chief Financial Officer 2025 for Leading Strategic Initiatives to Enhance Revenue Growth in the Insurance Sector INDONESIA BEST CFO AWARDS 2025 PT Kuadran Satu Komunika (Wartek)



26 Februari 2025
February 26, 2025

Bronze untuk Allianz Kategori Life Insurance dan Allianz Kategori Health Insurance WOW BRAND 2025 PT MarkPlus Indonesia



22 April 2025
April 22, 2025

**Distinguished Executive of the Year
Distinguished Company of the Year ASIA PACIFIC BUSINESS AWARDS 2024 Asia Pacific Business (APAC)**



25 April 2025
April 25, 2025

Indonesia Top Financial Woman Leaders 2025 in Enhancing Insurance Penetration through Strategic Initiatives Indonesia Top Financial Women Leaders 2025 PT Kuadran Satu Komunika (Herstory)



30 April 2025
April 30, 2025

Indonesia Human Capital Awards 2025
The Best Human Capital 2025 for Improving Work Environment
Comfort and Safety through Company's Initiatives,
PT Kuadran Satu Komunika (Warta Ekonomi)



9 Mei 2025
May 9, 2025

Indonesia Regulatory Compliance Awards 2025
Hukum Online



27 Mei 2025
May 27, 2025

6th Anniversary Indonesia Top Insurance Awards 2025
Life Insurance - Asset 25-40 Trillion Category
PT Ikon Asia Komunikasi (The Iconomics)



27 Mei 2025
May 27, 2025

Indonesia Financial Top Leader Award 2025
Indonesia Top Leader in Life Insurance Industry 2025 for Providing
Innovative Protection Solutions to Fulfill Customer Needs
PT Kuadran Satu Komunika (Warta Ekonomi)



27 Mei 2025
May 27, 2025

Indonesia Public Relation Top Leaders 2025
Indonesia Public Relations Top Leader 2025 for Advancing Communication
Strategies to Reinforce Market Confidence and Brand Credibility
PT Kuadran Satu Komunika (Warta Ekonomi)



20 Juni 2025
June 20, 2025

HR Asia Best Companies to Work for in Asia (Indonesia) 2025
Best Companies to Work for 2025 HR Asia – Sustainable Workplace
HR Asia (Business media International)



25 Juni 2025
June 25, 2025

Best Insurance Awards 2025
Best Insurance 2025 kategori : Asuransi Jiwa,
Aset >= Rp. 25 Triliun.
PT Investortrust Indonesia Sejahtera (Investortrust.id)



26 Juni 2025
June 26, 2025

The 10th Annual SPEx2® Award
The Best Execution Winner in Culture & People Transformation
(Polaris Initiative) Kontan Media & Qubisa



8 Juli 2025
July 8, 2025

Insurance Asia Awards 2025
Agency Distribution Channel Initiative of the Year - Indonesia
Insurance Distribution Initiative of the Year - Indonesia Insurance Asia



16 Juli 2025
July 16, 2025

Insurance Market Leader Award 2025
Life Insurance Joint Venture PT Media Asuransi Indonesia



16 Juli 2025
July 16, 2025

16th Indonesia HR Excellence Conference & Awarding 2025
Learning & Development
Reward Management & Talent Retention Strategy
HR Digitization and People Analytic Majalah SWA
(SWA Media Group)



1 Agustus 2025
August 1, 2025

NON-BANK FINANCIAL FORUM 2025 dan Pemberian Apresiasi 26th Infobank Insurance Appreciation 2025.
The Excellent Performance Life Insurance Company
(Gross Premium > IDR. 5 Trillion) PT. Infoarta Pratama (Infobank)



8 Agustus 2025
August 8, 2025

Indonesia Public Relations Summit 2025 - 6th Popular PR Persons Awards 2025
Popular PR Persons Awards 2025 PT Ikon Asia Komunikasi (The Economics)



8 Agustus 2025
August 8, 2025

Indonesia Public Relations Summit 2025 - 6th Corporate Reputation Awards 2025
6th Corporate Reputation Awards 2025: Life Insurance Category
PT Ikon Asia Komunikasi (The Economics)



14 Agustus 2025
August 14, 2025

Indonesia PR of The Year 2025
PR Practitioners of The Year 2025 - Category CorComm Team in Bank & Financial Industry (Journalists Choice) PT SWA Media Internasional (MIX)



22 Agustus 2025
August 22, 2025

Financial Literacy Award (FLA) 2025
Perasuransian, Penjaminan dan Dana Pensiun dengan Program Literasi Keuangan Teraktif Otoritas Jasa Keuangan (OJK)



27 Agustus 2025
August 27, 2025

Indonesia Best Insurance Awards 2025
Indonesia Best Life Insurance 2025 for Prioritizing Long-term Protections through Integrated and Comprehensive Insurance Products
PT Kuadran Satu Komunika (Warta Ekonomi)



12 September 2025
September 12, 2025

Fortune IDN 100 Award
100 Biggest Companies 2024 Fortune



9 Oktober 2025
October 9, 2025

7th Indonesia Best Financial Awards 2025 Life Insurance – Asset 25-40
Trillion Category Title: Best Brand Popularity
PT Ikon Asia Komunikasi (The Iconics)



14 Oktober 2025
October 14, 2025

Country Awards for Excellence 2025
Outstanding CEO – Alexander Grenz
Best Bancassurance Partnership IRSM Media Limited
(Insurance Asia News)



28 Oktober 2025
October 28, 2025

The Finance Executive Forum & Penganugerahan Top 20 Financial
Institution Awards 2025
Perusahaan Asuransi Jiwa Bermodal Sendiri 5 Triliun ke Atas
berpredikat "Sangat Bagus" dengan total nilai 85,41
PT Infobank Digital Inisiatif Asia (IDIA)



29 Oktober 2025
October 29, 2025

Women in SDG's Action Awards 2025
Ibu Hasinah Jusuf, kategori SDG 16: Perdamaian, Keadilan, dan
Kelembagaan yang Tangguh
PT Jurnalindo Aksara Grafika (Bisnis Indonesia)



31 Oktober 2025
October 31, 2025

Indonesia Best CMO Awards 2025
Best Chief Agency Officer 2025 in Strengthening Customer Protection
through Innovative Insurance Solutions
PT Kuadran Satu Komunika (Warta Ekonomi)



31 Oktober 2025
October 31, 2025

CNN Indonesia Awards 2025
Outstanding Contribution to Building Financial Literacy and Green Awareness CNN Indonesia



12 November 2025
November 12, 2025

Best Life Insurance 2025
Kelompok Ekuitas Rp4 Triliun ke Atas



12 November 2025
November 12, 2025

Top Digital Financial Awards 2025
Asuransi Jiwa Ekuitas Di Atas 1,5 Triliun Rupiah
PT Media Asuransi Indonesia



25 November 2025
November 25, 2025

Detikcom Awards 2025
Innovator Produk Asuransi Kekinian
Detik.com



26 November 2025
November 26, 2025

Road To CNBC Indonesia Awards 2025
Best Life Insurance in Sustainable Agency Distribution and Premium Growth
CNBC Indonesia



27 November 2025
November 27, 2025

Sustainable Marketing Excellence 2025
Community Impact Program of the Year melalui inisiatif
"Commitment to Lasting Community Impact"
PT Marketeers Internasional

Kampanye Pemasaran dan *Branding*

Branding and Marketing Campaigns

Dengan membawa semangat MoveNow, Allianz Indonesia berhasil menghadirkan berbagai kolaborasi dengan komunitas serta menyelenggarakan kompetisi di beragam cabang olahraga, mulai dari tenis, mini soccer, hingga bulu tangkis.

Sebagai puncak rangkaian kegiatan, pada 10 Agustus 2025, Allianz Indonesia bersama TS Media mengadakan MoveNow: Padel, Now! di Republic Padel, Jakarta Selatan, dengan total 40 peserta yang terdiri dari nasabah, agen, selebritas, hingga KOL. Acara ini menggunakan konsep *Americano* yang memastikan seluruh peserta tetap aktif dan menikmati setiap pertandingan.

Embracing the MoveNow spirit, Allianz Indonesia has successfully launched various collaborations with local communities and organised competitions across a range of sports, from tennis and mini-football to badminton.

As the highlight of the series of activities, on 10 August 2025, Allianz Indonesia, together with TS Media, held 'MoveNow: Padel, Now!' at Republic Padel in South Jakarta, with a total of 40 participants comprising customers, agents, celebrities and influencers. The event adopted an 'Americano' concept, ensuring all participants remained active and enjoyed every match.



Allianz MoveNow Community Tournament & Padel Now!



Allianz MoveNow Camp Indonesia Edition 2025

Setelah melalui proses seleksi ketat, 30 anak dari total 316 pendaftar berhasil lolos dan merasakan untuk pertama kalinya bagaimana rasanya berlatih layaknya pemain sepak bola profesional. Selama dua hari, 20–21 September 2025, seluruh peserta dibimbing langsung oleh Coach Indra Sjafri, Maman Abdurrahman, Coach Fakhri Husaini, bersama tim fisioterapis, pelatih kebugaran, serta para pemain Timnas Putri Indonesia. Mereka mendapatkan pengalaman mengenai kedisiplinan, intensitas latihan, dan kerja sama tim di level tertinggi.

Tidak hanya itu, kegiatan MoveNow Camp – Indonesia Edition, yang untuk pertama kalinya diselenggarakan di Indonesia, juga mengajak para peserta memainkan board game literasi keuangan dari Allianz. Tujuannya adalah membantu para peserta mempersiapkan kehidupan di luar lapangan yang tak kalah penting dari persiapan menghadapi pertandingan.

Following a rigorous selection process, 30 children out of a total of 316 applicants were selected and experienced for the first time what it is like to train like professional footballers. Over two days, 20–21 September 2025, all participants were directly mentored by Coach Indra Sjafri, Maman Abdurrahman, Coach Fakhri Husaini, alongside a team of physiotherapists, fitness coaches, and players from the Indonesian Women's National Team. They gained experience in discipline, the intensity of training, and teamwork at the highest level.

Not only that, the MoveNow Camp – Indonesia Edition, held in Indonesia for the first time, also invited participants to play a financial literacy board game from Allianz. The aim was to help participants prepare for life off the pitch which is no less important than preparing for matches.

Allianz kembali berkolaborasi dengan Garmin dalam perhelatan tahunan Garmin Run 2025 yang diselenggarakan di Area Parkir Hall 10 ICE BSD, Tangerang. Sebanyak lebih dari 7.000 pelari dari berbagai kategori (5K, 10K, dan 21K) serta seluruh kru yang terlibat mendapatkan perlindungan asuransi dari Allianz.

Selama dua hari, mulai dari *race pack collection* hingga *race day*, Allianz memberikan perlindungan berupa santunan meninggal dunia, manfaat rawat inap, serta rawat jalan. Kolaborasi dengan Garmin ini mendapatkan tanggapan positif dari para peserta.

Allianz is once again collaborating with Garmin for the annual Garmin Run 2025 event, held in the Hall 10 Car Park at ICE BSD, Tangerang. More than 7,000 runners across various categories (5K, 10K and 21K), as well as all the crew members involved, received insurance cover from Allianz.

Over the course of two days, from the race pack collection through to race day, Allianz provided cover in the form of death benefits, hospitalisation benefits, and outpatient care. This collaboration with Garmin received a positive response from participants.



**Allianz Partnership with Garmin
Garmin Run 2025 Official Insurance Partner**

Salah satu event yang paling dinantikan setiap tahun adalah Allianz Platinum Golf Tournament. Pada tanggal 22 Juni 2025, Allianz mengadakan Allianz Platinum Golf Tournament ke-11 bertepatan HUT Jakarta, di Damai Indah Golf, PIK Course. Untuk pertama kalinya, Allianz juga mengadakan Junior Coaching Clinic & Mini Golf untuk anak-anak dari Nasabah Platinum, dengan rentang usia 7–16 tahun. Event tersebut diadakan di tanggal yang sama di The Range, PIK sebagai bagian dari Allianz Platinum Golf Tournament 2025. Para peserta didampingi oleh 2 coach yaitu Putri Amani dan Jovi. Event ini dihadiri oleh 144 peserta golf dan 20 anak.

Salah satu yang paling spesial dari event ini adalah 1 pemenang diterbangkan oleh Allianz Indonesia ke Skotlandia untuk mengikuti Allianz Old Course Tournament 2025 St Andrews Links Golf pada tanggal 20–22 Oktober 2025. Allianz Platinum adalah *loyalty program* bagi Nasabah Allianz dengan total akumulasi premi berkala minimal berjumlah Rp250.000.000 dalam 12 (dua belas) bulan terakhir. Nasabah akan mendapatkan beberapa benefit eksklusif, seperti hadiah ulang tahun, undangan event khusus, *free medical check-up* dan lainnya.

A highly anticipated event each year is the Allianz Platinum Golf Tournament. On June 22, 2025, Allianz held the 11th Allianz Platinum Golf Tournament with the theme of Jakarta's Anniversary at Damai Indah Golf, PIK Course. For the first time, Allianz also organized a Junior Coaching Clinic & Mini Golf session for the children of Platinum Customers aged 7–16. This activity took place on the same day at The Range, PIK, as part of the Allianz Platinum Golf Tournament 2025. Participants were guided by two coaches, Putri Amani and Jovi. The event was attended by 144 golfers and 20 children.

One of the most special highlights of this event is that one winner will be flown by Allianz Indonesia to Scotland to participate in the Allianz Old Course Tournament 2025 at St Andrews Links Golf on October 20–22, 2025. Allianz Platinum is a loyalty program for Allianz customers with a minimum total accumulated regular premium of Rp250,000,000 within the last 12 (twelve) months. Customers receive several exclusive benefits, such as birthday gifts, special event invitations, free medical check-ups, and more.



**Allianz Platinum Golf Tournament 2025 & Old
Course Tournament 2025 St Andrews Links**



.02

Laporan Manajemen

Management Report



Pesan Dewan Komisaris

*Message from
the Board of Commissioners*

**Para Pemangku Kepentingan
yang Terhormat,**

Esteemed Shareholders,

Tahun 2025 merupakan periode yang diwarnai oleh dinamika ekonomi global dan domestik yang tetap menuntut kewaspadaan, sekaligus membuka peluang bagi pelaku industri jasa keuangan untuk terus bertumbuh dan beradaptasi. Di tengah berbagai tantangan tersebut, PT Asuransi Allianz Life Indonesia tetap menunjukkan ketangguhan dalam menjalankan strategi bisnis, menjaga kualitas layanan, serta memperkuat fondasi organisasi untuk mendukung pertumbuhan yang berkelanjutan.

The year 2025 is a period marked by global and domestic economic dynamics that continue to demand caution, while also presenting opportunities for players in the financial services industry to continue growing and adapting. Amid these various challenges, PT Asuransi Allianz Life Indonesia continues to demonstrate resilience in executing its business strategy, maintaining service quality, and strengthening the organizational foundation to support sustainable growth.

Aaron Mitchell Fryer

*Presiden Komisaris
President Commissioner*

Dewan Komisaris memandang bahwa sepanjang tahun 2025, Perusahaan mampu menjaga fokus pada tujuan utamanya, yaitu memberikan perlindungan yang relevan, andal, dan bernilai tambah bagi nasabah. Dengan semangat inovasi, disiplin tata kelola, dan penguatan kolaborasi di seluruh lini organisasi, Allianz Life Indonesia terus berupaya merespons kebutuhan pasar yang berkembang sekaligus memperkuat daya saingnya di industri asuransi jiwa Indonesia.

Tinjauan Ekonomi dan Industri

Pada 2025, perekonomian global masih bergerak dalam lanskap yang penuh ketidakpastian. Dana Moneter Internasional memproyeksikan pertumbuhan ekonomi global sebesar 3,2%, sedikit lebih rendah dibandingkan 3,3% pada 2024. Tekanan geopolitik, arah kebijakan moneter global, serta dinamika perdagangan internasional tetap menjadi faktor yang membentuk sentimen pasar sepanjang tahun. Di tengah kondisi tersebut, perekonomian Indonesia tetap menunjukkan daya tahan yang baik. Badan Pusat Statistik mencatat pertumbuhan ekonomi Indonesia sebesar 5,11% pada 2025, lebih tinggi dibandingkan 5,03% pada 2024. Stabilitas domestik juga didukung oleh inflasi yang tetap terkendali, sementara Bank Indonesia pada akhir 2025 menurunkan BI-Rate menjadi 4,75% untuk menjaga keseimbangan antara stabilitas dan dukungan terhadap pertumbuhan ekonomi. Rupiah menutup tahun di level Rp16.670 per dolar Amerika Serikat, mencerminkan bahwa kewaspadaan terhadap dinamika eksternal tetap diperlukan.

Dalam konteks tersebut, industri asuransi Indonesia tetap menunjukkan ketahanan, meskipun tantangan pada daya beli, preferensi konsumen, dan intensitas persaingan masih perlu dicermati. Otoritas Jasa Keuangan terus mendorong penguatan industri perasuransian melalui peningkatan tata kelola, manajemen risiko, ketahanan permodalan, serta percepatan transformasi digital. Hingga akhir 2025, aset industri asuransi tercatat mencapai Rp1.201,96 triliun, sementara tingkat *Risk Based Capital* industri asuransi jiwa berada pada level 485,90%, jauh di atas ketentuan minimum yang berlaku. Dewan Komisaris menilai bahwa kondisi ini menunjukkan pentingnya bagi perusahaan asuransi untuk terus menyeimbangkan pertumbuhan bisnis dengan kehati-hatian, inovasi produk, dan penguatan kualitas distribusi serta layanan.

The Board of Commissioners believes that throughout 2025, the company is able to maintain its focus on its primary objective, namely providing relevant, reliable, and value-added protection for customers. Driven by a spirit of innovation, governance discipline, and strengthened collaboration across all organizational levels, Allianz Life Indonesia continues to strive to respond to evolving market needs while solidifying its competitive edge in the Indonesian life insurance industry.

Economic and Industry Overview

In 2025, the global economy remains operating within a landscape of uncertainty. The International Monetary Fund projects global economic growth of 3.2%, slightly lower than the 3.3% recorded in 2024. Geopolitical pressures, the direction of global monetary policy, and the dynamics of international trade remain key factors shaping market sentiment throughout the year. Amid these conditions, the Indonesian economy continues to demonstrate strong resilience. Statistics Indonesia recorded Indonesia's economic growth at 5.11% in 2025, higher than the 5.03% recorded in 2024. Domestic stability is also supported by inflation that remains under control. At the same time, Bank Indonesia lowered the BI Rate to 4.75% by the end of 2025 to maintain a balance between stability and support for economic growth. The rupiah closed the year at Rp16,670 per U.S. dollar, reflecting the continued need for vigilance regarding external dynamics.

In this context, Indonesia's insurance industry continues to demonstrate resilience, although challenges related to purchasing power, consumer preferences, and the intensity of competition still require close monitoring. The Financial Services Authority continues to promote the strengthening of the insurance industry through improved governance, risk management, capital resilience, and accelerated digital transformation. By the end of 2025, the insurance industry's assets were recorded at Rp1,201.96 trillion, while the life insurance industry's Risk-Based Capital ratio stood at 485.90%, well above the applicable minimum requirement. The Board of Commissioners believes that these conditions underscore the importance for insurance companies to continue balancing business growth with prudence, product innovation, and the enhancement of distribution quality and service.

Penilaian Kinerja Direksi

Dewan Komisaris menilai bahwa Direksi telah menjalankan fungsi pengelolaan Perusahaan secara efektif sepanjang 2025. Berbagai langkah strategis yang ditempuh Direksi menunjukkan fokus yang kuat pada pertumbuhan yang sehat, penguatan kanal distribusi, inovasi produk, serta peningkatan kualitas layanan kepada nasabah. Berdasarkan Indonesia Life Insurance Market Update, Allianz Indonesia menempati peringkat kedua (#2) di sektor asuransi jiwa dan kesehatan hingga kuartal keempat tahun 2025 (YTD), dengan kontribusi yang kuat terutama dari kanal keagenan serta didukung oleh kanal *bancassurance*. Perusahaan juga terus memperkuat proposisi perlindungan yang selaras dengan kebutuhan pasar.

Selain itu, Dewan Komisaris memandang bahwa Direksi telah menunjukkan respons yang tepat terhadap perkembangan kebutuhan nasabah dan perubahan pasar melalui peluncuran berbagai solusi baru, termasuk Allianz Critical Plus dan Allianz Future Income, serta pengembangan produk bekerja sama dengan mitra perbankan. Dari sisi operasional, inisiatif transformasi seperti implementasi *Lighthouse Project* dan penguatan forum lintas fungsi di area operasional menunjukkan komitmen Direksi dalam membangun proses bisnis yang semakin efisien, terintegrasi, dan berpusat pada nasabah. Dewan Komisaris juga mengapresiasi perhatian Direksi terhadap pengembangan budaya kerja dan ketahanan organisasi, sebagaimana tercermin dari keberlanjutan berbagai inisiatif *people and culture* dan pengakuan eksternal sebagai tempat kerja yang baik.

Atas keseluruhan pencapaian tersebut, Dewan Komisaris menyampaikan apresiasi kepada Direksi dan seluruh karyawan atas dedikasi, kerja keras, dan inovasi yang telah ditunjukkan sepanjang tahun 2025. Kami meyakini bahwa komitmen bersama inilah yang menjadi salah satu pendorong utama ketahanan dan keberhasilan Perusahaan di tengah lingkungan usaha yang terus berubah.

Assessment of the Board of Directors' Performance

The Board of Commissioners assesses that the Board of Directors has effectively managed the Company throughout 2025. The various strategic steps taken by the Board of Directors demonstrate a strong focus on sound growth, strengthening distribution channels, product innovation, and improving service quality for customers. Based on the Indonesia Life Insurance Market Update, Allianz Indonesia ranked (#2) in the life and health insurance sector in the fourth quarter of 2025 (YTD), with strong contributions primarily from the agency channel and support from the bancassurance channel. The Company also continues to strengthen protection propositions aligned with market needs.

Additionally, the Board of Commissioners views that the Board of Directors has demonstrated an appropriate response to evolving customer needs and market changes through the launch of various new solutions, including Allianz Critical Plus and Allianz Future Income, as well as product development in collaboration with banking partners. From an operational perspective, transformation initiatives such as the implementation of the Lighthouse Project and the strengthening of cross-functional forums in operational areas demonstrate the Board of Directors' commitment to building business processes that are increasingly efficient, integrated, and customer-centric. The Board of Commissioners also appreciates the Board of Directors' attention to the development of work culture and organizational resilience, as reflected in the continuation of various people and culture initiatives and external recognition as a great place to work.

For these overall achievements, the Board of Commissioners extends its appreciation to the Board of Directors and all employees for the dedication, hard work, and innovation demonstrated throughout 2025. We believe that this shared commitment is one of the key drivers of the Company's resilience and success amidst an ever-changing business environment.

Tata Kelola Perusahaan

Sebagai bagian dari komitmen terhadap penerapan tata kelola perusahaan yang baik, Dewan Komisaris terus menjalankan fungsi pengawasan dan evaluasi terhadap kebijakan strategis serta pelaksanaan pengelolaan Perusahaan oleh Direksi dan Manajemen. Sesuai Anggaran Dasar Perusahaan, Dewan Komisaris memberikan rekomendasi, nasihat, dan evaluasi atas kebijakan strategis yang berkaitan dengan kegiatan usaha dan manajemen Perusahaan, serta memastikan bahwa praktik GCG senantiasa diterapkan untuk kepentingan Perusahaan dan seluruh pemangku kepentingan. Dalam menjalankan tugas tersebut, Dewan Komisaris dibantu oleh Komite Audit dan Komite Pemantau Risiko.

Sepanjang tahun 2025, Perusahaan menyelenggarakan 1 (satu) kali RUPS Tahunan secara sirkuler dan 8 (delapan) kali RUPS Luar Biasa secara sirkuler. Pada periode yang sama, Dewan Komisaris telah menyelenggarakan 16 rapat untuk memastikan pelaksanaan strategi, pengelolaan risiko, dan pengawasan terhadap berbagai agenda penting Perusahaan berjalan secara optimal. Dewan Komisaris menilai bahwa koordinasi yang erat dengan Direksi, disertai dukungan aktif dari komite-komite di bawah Dewan Komisaris, menjadi elemen penting dalam menjaga keberlanjutan usaha, stabilitas organisasi, dan kualitas pengambilan keputusan Perusahaan.

Sejalan dengan itu, Dewan Komisaris juga memandang bahwa penguatan tata kelola pada 2025 tidak hanya mencakup aspek kepatuhan dan pengawasan risiko, tetapi juga peningkatan struktur pengelolaan data, efisiensi proses, serta penguatan fondasi organisasi agar Perusahaan semakin siap menghadapi perubahan industri dan kebutuhan nasabah yang terus berkembang.

Komposisi Dewan Komisaris

Pada tahun 2025, tidak terdapat perubahan dalam komposisi Dewan Komisaris. Dengan demikian, per 31 Desember 2025, susunan Dewan Komisaris adalah sebagai berikut:

Komisaris Utama	: Aaron Mitchell Fryer
Komisaris	: Jens Reisch
Komisaris Independen	: Ahmad Junaedy Ganie
Komisaris Independen	: Lilis Halim

Corporate Governance

As part of its commitment to implementing sound corporate governance, the Board of Commissioners continues to perform its oversight and evaluation functions regarding strategic policies and the management of the Company by the Board of Directors and Management. In accordance with the Company's Articles of Association, the Board of Commissioners provides recommendations, advice, and evaluations regarding strategic policies related to the Company's business activities and management. It ensures that GCG practices are consistently applied for the benefit of the Company and all stakeholders. In carrying out these duties, the Board of Commissioners is assisted by the Audit Committee and the Risk Monitoring Committee.

Throughout 2025, the Company held 1 (one) Annual GMS via written resolution and eight Extraordinary GMS via written resolution. During the same period, the Board of Commissioners held 16 meetings to ensure the implementation of strategy, risk management, and oversight of the Company's various key agendas proceeded optimally. The Board of Commissioners believes that close coordination with the Board of Directors, coupled with active support from the committees under the Board of Commissioners, is a key element in maintaining business continuity, organizational stability, and the quality of the Company's decision-making.

In line with this, the Board of Commissioners also views that strengthening corporate governance in 2025 encompasses not only compliance and risk oversight but also improvements in data management structures, process efficiency, and the strengthening of the organizational foundation to ensure the Company is increasingly prepared to face evolving industry changes and customer needs.

Composition of the Board of Commissioners

In 2025, there were no changes in the composition of the Board of Commissioners. Thus, as of December 31, 2025, the Board of Commissioners' composition is as follows:

President Commissioner	: Aaron Mitchell Fryer
Commissioner	: Jens Reisch
Independent Commissioner	: Ahmad Junaedy Ganie
Independent Commissioner	: Lilis Halim

Apresiasi dan Harapan ke Depan

Atas nama Dewan Komisaris, saya ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pemangku kepentingan Allianz Life Indonesia, termasuk nasabah, mitra bisnis, regulator, pemegang saham, serta seluruh karyawan, atas dukungan dan kepercayaan yang terus diberikan sepanjang tahun 2025. Dukungan tersebut menjadi landasan penting bagi Perusahaan untuk terus bertumbuh, berinovasi, dan memperkuat perannya dalam memberikan perlindungan yang bermakna bagi masyarakat Indonesia.

Ke depan, kami tetap optimistis bahwa Allianz Life Indonesia akan terus memperkuat posisinya di industri melalui inovasi produk, pengembangan kanal distribusi, peningkatan kualitas layanan, transformasi operasional, dan penerapan tata kelola yang semakin solid. Dengan fondasi yang kuat, arah strategi yang jelas, serta komitmen bersama untuk memberikan nilai terbaik bagi nasabah, kami yakin Perusahaan akan mampu menghadapi tantangan masa depan dan terus menciptakan pertumbuhan yang berkelanjutan.

Appreciation and Outlook

On behalf of the Board of Commissioners, I would like to express my deepest gratitude to all stakeholders of Allianz Life Indonesia—including customers, business partners, regulators, shareholders, and all employees—for the support and trust consistently extended throughout 2025. This support serves as a vital foundation for the Company to continue growing, innovating, and strengthening its role in providing meaningful protection for the Indonesian people.

Looking ahead, we remain optimistic that Allianz Life Indonesia will continue to strengthen its position in the industry through product innovation, distribution channel development, service quality improvement, operational transformation, and the implementation of increasingly robust governance. With a strong foundation, a clear strategic direction, and a shared commitment to delivering the best value to our customers, we are confident that the Company will be able to face future challenges and continue to create sustainable growth.

Atas nama Dewan Komisaris,
On behalf of the Board of Commissioners



Aaron Mitchell Fryer
Presiden Komisaris
President Commissioner
PT Asuransi Allianz Life Indonesia

Pesan Dewan Direksi

*Message from
the Board of Directors*

Pemegang Saham yang Terhormat,

Esteemed Shareholders,

Dengan senang hati kami menyampaikan Laporan Tahunan 2025 PT Asuransi Allianz Life Indonesia (Allianz Life). Tahun 2025 ditandai oleh dinamika global yang masih menuntut kewaspadaan, namun juga menghadirkan peluang baru yang menegaskan pentingnya peran industri asuransi dalam memberikan perlindungan, stabilitas, dan ketenangan pikiran bagi masyarakat. Di tengah lanskap yang terus berkembang tersebut, Allianz Life tetap berkomitmen untuk menghadirkan kinerja yang tangguh, inovasi yang relevan, serta layanan yang semakin responsif bagi nasabah, mitra bisnis, dan seluruh pemangku kepentingan.

We are pleased to present the 2025 Annual Report of PT Asuransi Allianz Life Indonesia (Allianz Life). The year 2025 was marked by global dynamics that continue to demand caution yet also presented new opportunities that underscore the importance of the insurance industry's role in providing protection, stability, and peace of mind to the public. Amid this everevolving landscape, Allianz Life remains committed to delivering robust performance, relevant innovation, and increasingly responsive service to our customers, business partners, and all stakeholders.



Alexander Grenz

Country Manager & Direktur Utama
Country Manager & President Director

Kami menyampaikan terima kasih yang tulus kepada seluruh pemangku kepentingan, yakni nasabah, mitra bisnis, agen, karyawan, dan regulator atas kepercayaan dan dukungan yang terus diberikan sepanjang tahun ini. Melalui kolaborasi yang erat dan pelaksanaan strategi yang disiplin, Allianz Life terus memperkuat posisinya sebagai salah satu perusahaan asuransi jiwa terkemuka di Indonesia. Semangat yang sama juga mendorong kami untuk terus beradaptasi terhadap kebutuhan pasar, mempercepat transformasi, dan memperluas dampak positif yang kami ciptakan.

Tinjauan Ekonomi dan Industri

Pada 2025, perekonomian global masih bergerak dalam lingkungan yang dipengaruhi oleh ketidakpastian perdagangan, tensi geopolitik, serta perbedaan kecepatan pemulihan antarnegara. IMF memperkirakan pertumbuhan ekonomi global sebesar 3,2%, sedikit lebih rendah dibandingkan 3,3% pada 2024. Di Indonesia, perekonomian tetap menunjukkan ketahanan yang solid dengan pertumbuhan sebesar 5,11%, lebih tinggi daripada 5,03% pada 2024. Stabilitas domestik juga didukung oleh inflasi yang terjaga pada level 2,92% sepanjang 2025, sementara Bank Indonesia mempertahankan BI-Rate di 4,75% pada akhir tahun sebagai bagian dari bauran kebijakan untuk menjaga stabilitas dan mendorong pertumbuhan ekonomi.

Sejalan dengan kondisi tersebut, industri perasuransian nasional melanjutkan proses penguatan fondasi melalui peningkatan tata kelola, transformasi digital, dan penguatan manajemen risiko. OJK terus mendorong reformasi industri melalui Peta Jalan Pengembangan dan Penguatan Perasuransian 2023–2027. Dari sisi kinerja, industri asuransi tetap menunjukkan pertumbuhan aset, meskipun pertumbuhan premi khususnya asuransi jiwa bergerak lebih moderat. Hingga Desember 2025, total aset sektor asuransi, penjaminan, dan dana pensiun mencapai sekitar Rp1.201,33 triliun, sementara total premi asuransi komersial tercatat Rp331,72 triliun; pada saat yang sama, permodalan industri asuransi jiwa tetap kuat, dengan RBC agregat yang jauh di atas ketentuan minimum. Allianz Life merespons dinamika tersebut dengan agility dan fokus yang memperkuat kapabilitas digital, memperluas penawaran produk, dan terus memprioritaskan pengalaman nasabah.

We extend our sincere gratitude to all stakeholders: customers, business partners, agents, employees, and regulators for the trust and support you have consistently provided throughout the year. Through close collaboration and disciplined strategy execution, Allianz Life continues to strengthen its position as one of Indonesia's leading life insurance companies. This same spirit drives us to continuously adapt to market needs, accelerate transformation, and expand the positive impact we create.

Economic and Industry Overview

In 2025, the global economy remains operating within an environment shaped by trade uncertainties, geopolitical tensions, and varying recovery paces across nations. The IMF projects global economic growth at 3.2%, slightly lower than the 3.3% recorded in 2024. In Indonesia, the economy continues to demonstrate solid resilience with growth of 5.11%, higher than the 5.03% recorded in 2024. Domestic stability is further supported by inflation remaining at 2.92% throughout 2025, while Bank Indonesia maintains the BI Rate at 4.75% by year-end as part of its policy mix to safeguard stability and drive economic growth.

In line with these conditions, the national insurance industry continues to strengthen its foundations through improved governance, digital transformation, and enhanced risk management. OJK continues to drive industry reform through the 2023–2027 Roadmap for the Development and Strengthening of the Insurance Sector. In terms of performance, the insurance industry continues to show asset growth, although premium growth—particularly in life insurance—has been more moderate. As of December 2025, total assets in the insurance, surety, and pension fund sectors reached approximately Rp1,201.33 trillion, while total commercial insurance premiums stood at Rp331.72 trillion; at the same time, the life insurance industry's capital base remained strong, with an aggregate RBC ratio well above the minimum requirement. Allianz Life responded to these dynamics with agility and a focus on strengthening digital capabilities, expanding product offerings, and continuing to prioritize the customer experience.

Kinerja Keuangan dan Bisnis

Sepanjang 2025, berbagai upaya yang dilakukan Perusahaan memungkinkan Allianz Life membukukan kinerja yang tetap resilien di tengah dinamika pasar dan perubahan lanskap industri. Pada tahun 2025, jumlah aset Perusahaan tercatat sebesar Rp39,73 triliun, dibandingkan Rp38,16 triliun pada 2024. Sejalan dengan itu, jumlah ekuitas terjaga pada Rp9,72 triliun dibandingkan dengan Rp9,74 triliun pada tahun sebelumnya, mencerminkan fondasi permodalan Perusahaan yang tetap kuat. Adapun rasio *Risk-Based Capital* (RBC) berada pada level 260%, tetap jauh di atas ketentuan minimum regulasi.

Dari sisi kinerja usaha, Allianz Life mencatat hasil jasa asuransi bersih sebesar Rp737,56 miliar pada 2025, sementara hasil investasi bersih meningkat signifikan menjadi Rp1,86 triliun dari Rp556,52 miliar pada 2024. Perusahaan membukukan laba sebelum pajak sebesar Rp498,47 miliar dan setelah pajak sebesar Rp510,22 miliar. Kinerja tersebut menunjukkan kemampuan Perusahaan dalam menjaga stabilitas usaha melalui pengelolaan portofolio yang *prudent*, disiplin operasional, dan fokus berkelanjutan pada penciptaan nilai jangka panjang.

Strategi Bisnis dan Inovasi

Untuk memastikan pertumbuhan yang berkelanjutan, Allianz Life menjalankan strategi bisnis yang berfokus pada pertumbuhan berkualitas, penguatan proposisi perlindungan, dan peningkatan pengalaman nasabah. Sepanjang tahun, Allianz Life terus menghadirkan inovasi produk yang selaras dengan kebutuhan nasabah, antara lain melalui Allianz Critical Plus dan Allianz Future Income, serta pengembangan solusi perlindungan bersama mitra perbankan. Dari sisi distribusi, Agen (Allianz Star Network) dan Bancassurance merupakan dua kanal utama Perusahaan dalam menjangkau nasabah. Melalui Allianz Star Network, Perusahaan terus memperkuat kapabilitas tenaga pemasar untuk memberikan solusi perlindungan dan layanan konsultatif yang sesuai dengan kebutuhan nasabah, sementara kemitraan *bancassurance* memungkinkan Perusahaan memperluas jangkauan pasar melalui institusi perbankan yang terpercaya. Seiring dengan itu, Perusahaan terus meningkatkan kualitas pengalaman nasabah di kedua kanal tersebut melalui percepatan digitalisasi *end-to-end*, mulai dari pengembangan produk dan saluran pemasaran hingga proses penerbitan polis dan layanan klaim, guna memastikan proses yang lebih cepat, sederhana, dan nyaman bagi nasabah.

Financial and Business Performance

Throughout 2025, various initiatives undertaken by the Company enabled Allianz Throughout 2025, the Company's various efforts enabled Allianz Life to deliver resilient performance amid market dynamics and a shifting industry landscape. As of 2025, the Company's total assets stood at Rp39.73 trillion, compared to Rp38.16 trillion in 2024. In line with this, total equity grew to Rp9.72 trillion from Rp9.74 trillion in the prior year, reflecting the Company's enduring capital strength. The Risk-Based Capital (RBC) ratio stood at 260%, remaining well above the regulatory minimum requirement.

In terms of business performance, Allianz Life recorded a net insurance service result of Rp737.56 billion in 2025, while net investment income increased significantly to Rp1.86 trillion from Rp556.52 billion in 2024. The Company posted a profit before tax of Rp498.47 billion and a profit after tax of Rp510.22 billion. These results demonstrate the Company's ability to maintain business stability through prudent portfolio management, operational discipline, and a sustained focus on long-term value creation.

Business Strategy and Innovation

To ensure sustainable growth, Allianz Life implements a business strategy focused on quality growth, strengthening protection offerings, and enhancing the customer experience. Throughout the year, Allianz Life continued to introduce product innovations aligned with customer needs, namely Allianz Critical Plus and Allianz Future Income, as well as the development of protection solutions in collaboration with banking partners. On the distribution side, Agency (Allianz Star Network) and Bancassurance remain the Company's two primary channels in reaching customers. Through the Allianz Star Network, we continue to strengthen our agency force to deliver personalized advisory and protection solutions, while bancassurance partnerships enable broader market access through trusted banking institutions. In parallel, we are enhancing the customer experience across both channels by accelerating end-to-end digitalization—from product development and marketing, to policy issuance and claims services—ensuring faster, simpler, and more convenient processes for customers.

Selain itu, Allianz Life terus memperkuat transformasi organisasi melalui berbagai inisiatif people and culture, peningkatan kolaborasi lintas fungsi, serta penguatan kapabilitas operasional. Langkah-langkah tersebut mencerminkan keyakinan kami bahwa pertumbuhan yang berkelanjutan tidak hanya ditentukan oleh pencapaian bisnis, tetapi juga oleh kesiapan organisasi, kualitas talenta, serta budaya kerja yang adaptif dan berorientasi pada nasabah.

Kinerja Keberlanjutan [OJK D.1] [GRI 2-22]

Komitmen keberlanjutan Allianz Life berlandaskan pada tiga pilar strategis Allianz Group: aksi iklim, penguatan ketahanan sosial, dan kemajuan melalui kolaborasi, sebagai inti dari cara kami mengelola risiko, menciptakan peluang, dan membangun kepercayaan pemangku kepentingan. Di tengah tantangan pergeseran perilaku konsumen menuju layanan digital, tekanan regulasi investasi berkelanjutan, serta urgensi aksi iklim, Perusahaan merespons secara terstruktur melalui implementasi yang terukur di seluruh pilar keberlanjutan.

Pada aspek lingkungan, 100% kebutuhan energi listrik operasional telah dipenuhi dari sumber terbarukan, konsumsi energi tercatat 733 MWh (di bawah target 784 MWh), emisi GRK perjalanan bisnis berhasil ditekan ke 0,23 tCO₂e per karyawan, serta sebanyak 11.291 mangrove telah dipantau atau 175% dari target. Pada dimensi sosial, Perusahaan kembali meraih sertifikasi Great Place to Work 2025, program literasi keuangan menjangkau 2.155.012 peserta, dan melalui Yayasan Allianz Peduli, program tanggung jawab sosial memberikan manfaat kepada lebih dari 2,29 juta orang di seluruh Indonesia.

Tata Kelola Perusahaan

Sebagai salah satu perusahaan asuransi terpercaya di Indonesia, Allianz Life berkomitmen untuk menerapkan praktik Tata Kelola Perusahaan yang Baik (*Good Corporate Governance/GCG*) secara profesional, *prudent*, dan bertanggung jawab. Kami memprioritaskan kepentingan nasabah, menjaga transparansi, serta membangun kepercayaan dalam setiap aspek operasional. Penerapan prinsip-prinsip transparansi, akuntabilitas, tanggung jawab, kemandirian, dan kewajaran menjadi landasan penting dalam menjaga integritas organisasi dan pertumbuhan Perusahaan yang berkelanjutan.

Additionally, Allianz Life continues to strengthen organizational transformation through various people and culture initiatives, enhanced cross-functional collaboration, and the strengthening of operational capabilities. These steps reflect our belief that sustainable growth is determined not only by business achievements but also by organizational readiness, talent quality, and a work culture that is adaptive and customer oriented.

Sustainability Performance [OJK D.1] [GRI 2-22]

Allianz Life's sustainability commitment is grounded in three strategic pillars of Allianz Group: climate action, strengthening societal resilience, and achieving progress through collaboration — at the core of how we manage risk, create opportunities, and build trust with our stakeholders. Amid the challenges of shifting consumer behavior toward digital services, regulatory pressure on sustainable investment practices, and the urgency of climate action, the Company responded in a structured manner through measurable implementation across all sustainability pillars.

On the environmental front, 100% of operational electricity needs were met from renewable sources, energy consumption was recorded at 733 MWh (below the 784 MWh target), GHG emissions from business travel were reduced to 0.23 tCO₂e per employee, and total of 11,291 mangrove have been monitored, or 175% of the set target. On the social dimension, the Company once again received the Great Place to Work 2025 certification, the financial literacy program reached 2,155,012 participants, and through Yayasan Allianz Peduli, corporate social responsibility programs delivered benefits to more than 2.29 million people across Indonesia.

Corporate Governance

As one of Indonesia's most trusted insurance companies, Allianz Life is committed to implementing Good Corporate Governance (GCG) practices in a professional, prudent, and responsible manner. We prioritize customer interests, maintain transparency, and build trust in every aspect of our operations. The application of the principles of transparency, accountability, responsibility, independence, and fairness serves as a crucial foundation for maintaining organizational integrity and the Company's sustainable growth.

Sepanjang 2025, Perusahaan menyelenggarakan 1 (satu) kali RUPS Tahunan secara sirkuler dan 8 (delapan) kali RUPS Luar Biasa secara sirkuler. Pada periode yang sama, Direksi mengadakan 20 rapat untuk memastikan implementasi kebijakan strategis berjalan optimal dan selaras dengan prinsip-prinsip tata kelola yang baik. Dalam menjalankan tugasnya, Direksi juga didukung oleh komite di bawah Direksi, termasuk Komite Investasi, Komite Pengembangan Produk, Komite Manajemen Risiko, dan Komite Pengarah Teknologi Informasi, guna mendukung pengambilan keputusan yang *prudent*, terukur, dan berorientasi jangka panjang.

Perubahan dalam Komposisi Direksi

Pada 2025, terdapat perubahan dalam komposisi Direksi sebagai bagian dari penguatan kepemimpinan dan organisasi Perusahaan. Per 31 Desember 2025, susunan Direksi Allianz Life terdiri dari Alexander Grenz sebagai Direktur Utama, Hasinah Jusuf sebagai Direktur Kepatuhan, serta Chong Fang Siong, Nina Ashani Hatumena, dan Gerrit Adrianus de Rijke sebagai Direktur. Direksi yang baru ini mencerminkan penguatan kompetensi perusahaan di bidang keuangan, manajemen risiko, *human capital*, dan kepemimpinan bisnis.

Kami menyambut bergabungnya para anggota Direksi baru yang memperkuat kapasitas kepemimpinan Allianz Life. Nina Ashani Hatumena mulai menjabat sebagai Direktur sejak September 2025, sementara Gerrit Adrianus de Rijke mulai menjabat sebagai Direktur sejak Oktober 2025. Chong Fang Siong juga bergabung sebagai Direktur pada 2025. Dengan pengalaman dan perspektif yang mereka bawa, kami meyakini bahwa jajaran Direksi yang diperkuat ini akan memberikan kontribusi positif dalam mendorong pertumbuhan, inovasi, dan kesiapan organisasi ke depan.

Prospek dan Rencana 2026

Menatap 2026, kami tetap optimis dengan penuh kehati-hatian. IMF memproyeksikan pertumbuhan ekonomi global sekitar 3,1% pada 2026, sementara proyeksi pertumbuhan ekonomi Indonesia berada di kisaran sekitar 5,1% menurut IMF, dan Bank Indonesia memandang prospek pertumbuhan domestik tetap solid dalam kisaran 4,9%–5,7%. Di sisi industri jasa keuangan, OJK menyampaikan bahwa pada 2026 prioritas kebijakan akan diarahkan pada penguatan ketahanan sektor jasa keuangan, pengembangan ekosistem yang lebih kontributif, serta pendalaman pasar keuangan dan kemajuan keuangan berkelanjutan. Untuk sektor asuransi, OJK juga memperkirakan aset program asuransi tetap tumbuh pada 2026.

Throughout 2025, the Company held 1 (one) Annual GMS via written resolution and 8 (eight) Extraordinary GMS via written resolution. During the same period, the Board of Directors held 20 meetings to ensure the optimal implementation of strategic policies in alignment with the principles of good corporate governance. In carrying out its duties, the Board of Directors is also supported by committees under the Board, including the Investment Committee, the Product Development Committee, the Risk Management Committee, and the Information Technology Steering Committee, to support prudent, measured, and long-term-oriented decision-making.

Changes in the Composition of the Board of Directors

In 2025, there were changes in the composition of the Board of Directors as part of strengthening the Company's leadership and organization. As of December 31, 2025, the composition of the Allianz Life Board of Directors consists of Alexander Grenz as President Director, Hasinah Jusuf as Compliance Director, and Chong Fang Siong, Nina Ashani Hatumena, and Gerrit Adrianus de Rijke as Directors. This new Board reflects the Company's enhanced capabilities in finance, risk management, human capital, and business leadership.

We welcome the new Board members who strengthen Allianz Life's leadership capacity. Nina Ashani Hatumena assumed her role as Director in September 2025, while Gerrit Adrianus de Rijke assumed his role as Director in October 2025. Chong Fang Siong also joined as a Director in 2025. With the experience and perspectives they bring, we are confident that this strengthened Board of Directors will make a positive contribution to driving growth, innovation, and the organization's readiness for the future.

Outlook and Plans for 2026

Looking ahead to 2026, we remain cautiously optimistic. The IMF projects global economic growth of approximately 3.1% in 2026, while Indonesia's economic growth is projected to be around 5.1% according to the IMF, and Bank Indonesia views the outlook for domestic growth as remaining solid within the range of 4.9%–5.7%. In the financial services industry, the OJK has stated that in 2026, policy priorities will focus on strengthening the resilience of the financial services sector, developing a more contributory ecosystem, as well as deepening financial markets and advancing sustainable finance. For the insurance sector, the OJK also forecasts that insurance program assets will continue to grow in 2026.

Dengan mempertimbangkan situasi tersebut, kami telah Kami akan terus memperkuat jaringan distribusi melalui pengembangan kanal keagenan dan kolaborasi *bancassurance* yang lebih tajam, meningkatkan portofolio produk melalui solusi perlindungan yang lebih relevan dan bernilai tambah, mempercepat transformasi digital untuk meningkatkan kualitas layanan dan efisiensi operasional, serta memperkuat praktik kepatuhan dan manajemen risiko demi menjaga keberlanjutan bisnis jangka panjang.

Di saat yang sama, kami akan terus berinvestasi dalam pengembangan talenta dan kepemimpinan agar organisasi tetap siap menghadapi perubahan dan menangkap peluang pertumbuhan baru. Fokus manajemen pada 2026 juga akan mencakup perhatian lebih lanjut terhadap pengelolaan portofolio kesehatan dan penguatan kolaborasi lintas fungsi untuk mendukung pemulihan profitabilitas dan pertumbuhan berkelanjutan.

Dipandu oleh strategi yang terarah, eksekusi yang konsisten, dan kepercayaan para pemangku kepentingan, kami yakin Allianz Life berada pada posisi yang kuat untuk meraih pertumbuhan jangka panjang dan terus menghadirkan dampak positif bagi nasabah serta masyarakat.

Considering this situation, we have clearly defined our strategic priorities. We will continue to strengthen our distribution network through the development of agency channels and more focused bancassurance collaborations, enhance our product portfolio with more relevant and value-added protection solutions, accelerate digital transformation to improve service quality and operational efficiency, as well as reinforce compliance practices and risk management to ensure long-term business sustainability.

At the same time, we will continue to invest in talent and leadership development to ensure the organization remains prepared to navigate change and capture new growth opportunities. Management's focus in 2026 will also include greater attention to sound portfolio management and the strengthening of cross-functional collaboration to support profitability recovery and sustainable growth.

Guided by a focused strategy, consistent execution, and the trust of our stakeholders, we are confident that Allianz Life is in a strong position to achieve long-term growth and continue to deliver positive impact for our customers and society.

Atas nama Direksi,

On behalf of the Board of Directors,



Alexander Grenz

Country Manager & Direktur Utama

Country Manager & President Director

PT Asuransi Allianz Life Indonesia





.03

Profil Perusahaan

Company Profile

Grup Allianz

Allianz Group

Awal Mula Allianz

Allianz Group memulai bisnisnya pada 1890 di Munich, Jerman di bidang penyediaan asuransi. Pada 1893, Allianz mulai melebarkan sayapnya di skala internasional, dengan membuka kantor di London, dan memperluas kegiatan operasional ke Amerika Serikat, Belanda, Skandinavia, Belgia, Perancis, dan Balkan. Pada 12 Desember 1895, Allianz melantai di Bursa Efek Berlin dan usai menyandang status sebagai perusahaan publik, Allianz mampu memperluas pangsa pasarnya di dunia.

Hadir Secara Global

Hingga saat ini, Allianz telah bertransformasi menjadi salah satu penyedia produk asuransi jiwa dan kesehatan terbesar di dunia. Dalam skala global, Allianz adalah pengelola aset terbesar dan salah satu yang terbesar di dunia sebagai penyedia asuransi umum dan kecelakaan. Allianz juga merupakan pemimpin pasar di bidang asuransi kredit, asuransi perjalanan, dan asuransi untuk korporasi.

Sebagai salah satu perusahaan asuransi dan pengelola aset terbesar di dunia, Allianz telah mengelola aset pihak ketiga sekitar 2,0 triliun Euro dan melayani sekitar 97 juta nasabah di lebih dari 70 negara dengan spektrum yang luas dari produk asuransi dan dana investasi.

Pada 2025, total volume bisnis Allianz Group adalah 186,9 miliar Euro, dengan laba operasional 17,4 miliar Euro. Hingga akhir 2025, sebanyak 156.000 karyawan kompeten telah memperkuat keberadaan sumber daya manusia Allianz secara global.

Dalam peringkat Best Global Brands 2025 dari Interbrand, Allianz naik dua posisi ke peringkat #27, dengan nilai merek yang meningkat 20% menjadi 28,2 miliar dolar AS, menjadikan Allianz salah satu perusahaan dengan kenaikan peringkat tertinggi tahun ini. Hasil ini didorong oleh kinerja keuangan yang kuat dan fokus pada kebutuhan pelanggan, serta peningkatan kekuatan merek melalui strategi *brand global* yang dijalankan secara konsisten menuju konsep *brand in action*.

The Beginnings

Allianz Group started its business in 1890 as an insurance provider in Munich, Germany. In 1893, Allianz expanded into international markets, with the opening of a London office and then expanding its business operations to the US, the Netherlands, Scandinavia, Belgium, France, and the Balkans. On December 12, 1895, Allianz made a historical move by listing its stocks on the Berlin Stock Exchange. By becoming a publicly listed company, Allianz was able to spread its wings even wider across international markets.

Global Presence

To date, Allianz has transformed into one of the world's life and health insurance providers. On a global scale, Allianz is the largest asset manager and one of the largest providers of general and casualty insurance. Allianz is also the proud worldwide leader in credit insurance, travel insurance, and corporate insurance.

Being one of the world's leading insurers and asset managers, Allianz has recorded its total third-party assets at around 2.0 trillion Euros under management, with around 97 million customers in over 70 countries with a broad spectrum of insurance products and investment funds.

In 2025, Allianz Group's total business volume is 186.9 billion Euros with an operating profit of 17.4 billion Euros. By the end of 2025, 156.000 competent personnel had strengthened Allianz's human capital presence globally.

In Interbrand's Best Global Brands 2025 ranking, Allianz has climbed two positions to #27, with a brand value increasing by 20% to \$28.2 billion, which makes Allianz one of the top risers of the year. These results are driven by a strong financial performance and customer centricity, combined with an uplift in brand strength through a consistently executed global brand strategy towards a brand in action.

Berkat integrasi sistematis dari kriteria ekologi, sosial dan tata kelola Allianz dalam proses bisnis dan keputusan investasinya, Allianz memegang posisi terdepan untuk perusahaan asuransi dalam Dow Jones Sustainability Index.

Dunia berubah dengan cepat, begitu pula dengan layanan keuangan. *Renewal Agenda* memastikan kami terus membangun di atas fondasi yang kuat dan memperkuat posisi terdepan kami dengan memfokuskan upaya kami dalam 5 (lima) pilar:

- Fokus pada Nasabah
- Digitalisasi pada Seluruh Aspek
- Keunggulan Teknis
- Motor Pertumbuhan
- Meritokrasi yang Inklusif

Kelima pilar ini berperan penting dalam memetakan jalur bisnis di semua lokasi Allianz beroperasi, termasuk Asia Pasifik dan Indonesia.

Allianz di Asia

Asia adalah motor penggerak pertumbuhan bagi Grup Allianz, yang tercermin dari keragaman budaya, bahasa, dan adat yang kaya. Allianz telah hadir di Asia sejak 1910 guna menyediakan produk asuransi kebakaran dan kelautan di kota-kota pesisir Tiongkok untuk pertama kalinya.

Saat ini, Allianz beroperasi secara aktif di lebih dari 14 pasar di Asia, menawarkan bisnis-bisnis intinya dalam bidang asuransi umum, jiwa, kesehatan, serta manajemen aset. Dengan didukung lebih dari 36.000 karyawan, Allianz mampu memenuhi kebutuhan lebih dari 10 juta nasabah di Asia melalui berbagai kanal distribusi dan platform digital.

Selama beberapa dekade, Allianz Asia Pasifik telah mempertahankan kinerja berkelanjutan di kawasan tersebut, membuktikan bahwa Perusahaan memiliki peluang untuk berekspansi ke lebih banyak pasar di masa depan.

Due to Allianz's systematic integration of ecological, social, and governance criteria in its business processes and investment decisions, Allianz holds the leading position for insurers in the Dow Jones Sustainability Index.

The world is changing rapidly, and financial services along with it. The Renewal Agenda makes sure we keep building on our strong foundations and reinforce our leading position by focusing our efforts in 5 (five) fields of action:

- *True Customer Centricity*
- *Digital by Default*
- *Technical Excellence*
- *Growth Engines*
- *Inclusive Meritocracy*

These five fields of action also play a crucial role as a business road map in all markets where Allianz operates, including the Asia Pacific and Indonesia.

Allianz in Asia

Asia is the growth engine for the Allianz Group, characterized by a rich diversity of cultures, languages, and customs. Allianz has been present in the region since 1910, when it first provided fire and marine insurance in the coastal cities of China.

Today, Allianz is active in more than 14 markets in the region, offering its core businesses of property and casualty insurance, life, protection, and health solutions, as well as asset management. With more than 36,000 personnel, Allianz serves the needs of more than 10 million customers in the region across multiple distribution channels and digital platforms.

Over several decades, Allianz Asia Pacific has maintained its sustainable performance in the region, proving that it is feasible for the Company to expand into more markets in the future.

Identitas Perusahaan

Company Identity



Nama Perusahaan
Company Name [GRI 2-1]

PT Asuransi Allianz Life Indonesia



Kepemilikan dan Dasar Hukum
Ownership and Legal Basis
[OJK C.3] [GRI 2-1]

PT Asuransi Allianz Life Indonesia berdiri pada 16 Agustus 1996 dan telah memperoleh izin usaha dari OJK dengan Nomor 513/KMK.071/1996 tertanggal 16 Agustus 1996.

PT Asuransi Allianz Life Indonesia was founded on August 16, 1996, and has obtained a business permit from OJK, No. 513/KMK.071/1996 dated August 16, 1996.



Alamat Kantor Pusat
Head Office Address [OJK C.3] [GRI 2-1]

PT Asuransi Allianz Life Indonesia

World Trade Center 3,
Jl. Jenderal Sudirman Kav. 29-31,
Jakarta Selatan 12920

Telepon | Phone : **+62 21 2926 8888**
Fax : **+62 21 2926 9090**
E-mail : **contactus@allianz.co.id**



Wilayah Operasional
Operational Area [OJK C.3] [GRI 2-1]

Seluruh Indonesia
Across Indonesia

Sekilas Allianz Life Indonesia

Allianz Life Indonesia at a Glance

Sejarah PT Asuransi Allianz Life Indonesia (Perusahaan/Allianz Life Indonesia) dimulai pada 1980-an ditandai dengan berdirinya PT Asuransi Allianz Utama Indonesia (Allianz Utama Indonesia) sebagai kantor perwakilan di Jakarta pada 1981, yang menawarkan produk asuransi umum untuk pasar Indonesia.

Seiring dengan peningkatan permintaan akan produk asuransi di Indonesia, Perusahaan didirikan pada 16 Agustus 1996 untuk menawarkan lebih banyak produk asuransi sesuai kebutuhan nasabah, mulai dari asuransi kesehatan dan jiwa hingga dana pensiun, dengan basis nasabah yang terdiri dari nasabah individu dan korporasi.

Sejak 2006, selain menyediakan produk asuransi konvensional, Perusahaan juga memiliki unit usaha asuransi mikro untuk melayani segmen nasabah prasejahtera. Kemudian pada 2007, kami memperkenalkan Allianz Center sebagai konsep solusi terintegrasi di mana nasabah dan agen dapat mengakses informasi dan memperoleh layanan yang nyaman dalam satu platform. Saat ini, Allianz Center tersedia di Jakarta, Surabaya, Bandung, Medan, dan Denpasar.

Seiring dengan berjalannya waktu, Perusahaan berinovasi dengan mengembangkan produk *bancassurance*. Pengembangan produk ini dikuatkan melalui kemitraan dengan berbagai pihak dari industri perbankan, antara lain HSBC, SMBC, Maybank, QNB dan lainnya.

Hingga akhir 2025, Perusahaan telah didukung oleh lebih dari 1.000 karyawan dan memiliki 6 *Customer Service Point*, dan 62 Jaringan Kantor Pemasaran Aktif yang tersebar di 25 lokasi di Indonesia.

The history of PT Asuransi Allianz Life Indonesia (the Company/Allianz Life Indonesia) began in the 1980s with the establishment of PT Asuransi Allianz Utama Indonesia (Allianz Utama Indonesia) as a representative office in Jakarta in 1981, which provides general insurance products for the Indonesian market.

With the increasing demand for insurance products in the country, the Company was established on August 16, 1996, to offer more insurance products, from health and life to pension funds, with a customer base comprising individual and corporate clients.

Since 2006, aside from providing conventional insurance products, the Company also provided microinsurance services to meet the needs of the middle-low consumer segment. Then, in 2007, we introduced the Allianz Center as a one-stop solution concept where customers and agents could access information and find convenient services under one roof. Currently, Allianz Centers are available in Jakarta, Surabaya, Bandung, Medan, and Denpasar.

As the Company grows, the Company has focused on innovation by developing bancassurance products. We entered this market by aligning with various parties from the banking industry, including HSBC, SMBC, Maybank, QNB, and others.

Until the end of 2025, the Company has employed 1,000 employees and has 6 Customer Service Points, with 62 Active Marketing Offices Network in 25 locations in Indonesia.

Jejak Langkah

Milestones

1981-1989

Allianz mendirikan kantor perwakilan di Jakarta pada 1981 dengan nama PT Asuransi Allianz Utama Indonesia. Kemudian pada 1989, Perusahaan resmi memulai operasionalnya dengan menawarkan produk asuransi umum di Indonesia.

Allianz established a representative office in Jakarta in 1981, PT Asuransi Allianz Utama Indonesia. Later in 1989, the Company officially commenced its operations offering general insurance products in Indonesia.

1996

Allianz Indonesia memperluas layanan melalui pendirian PT Asuransi Allianz Life Indonesia, menghadirkan solusi asuransi jiwa, kesehatan, dan dana pensiun.

Allianz Indonesia started providing more products and services, including life and health insurances as well as pension funds, by establishing PT Asuransi Allianz Life Indonesia.

2004

Allianz Life Indonesia memulai kemitraan perbankan (*bancassurance*) pertama dengan Standard Chartered Bank.

Allianz Life Indonesia had the first banking partnership with Standard Chartered Bank.

2010

- ▶ Yayasan Allianz Peduli didirikan.

The establishment of Allianz Peduli Foundation.

- ▶ Total aset kelolaan Perusahaan mencapai Rp10 triliun, dengan PPB di atas Rp5 triliun.

The Company's total assets under management reached Rp10 trillion with GWP above Rp5 trillion.

2007

Lima Allianz Center diresmikan secara bersamaan di Medan, Bandung, Surabaya, Denpasar, dan Jakarta.

Five Allianz Centers were launched simultaneously in five cities: Medan, Bandung, Surabaya, Denpasar, and Jakarta.

2006

- ▶ Allianz Life Indonesia masuk 10 besar perusahaan asuransi dengan Pendapatan Premi Bruto (PPB) Rp1 triliun ke atas.

Allianz Life Indonesia is listed among the top ten insurance companies with Gross Written Premium (GWP) of Rp1 trillion and above.

- ▶ Pembukaan unit usaha syariah.

The opening of the sharia business unit.

- ▶ Peluncuran asuransi mikro Allianz sebagai produk asuransi mikro pertama di Indonesia.

The launch of Allianz microinsurance as the first microinsurance product in Indonesia.

2011

- ▶ Allianz Star Network dibentuk.

The establishment of Allianz Star Network.

- ▶ Bisnis asuransi mikro mencapai 1 juta nasabah.

The microinsurance business reached 1 million customers on portfolio.

2013

Allianz Life Indonesia melindungi lebih dari tiga juta pihak tertanggung di seluruh Indonesia.

Allianz Life Indonesia protects more than three million insured parties across Indonesia.

2014

- ▶ Allianz Life Indonesia menjadi perusahaan asuransi jiwa terbesar kedua di Indonesia dengan PPB Rp9,7 triliun.

Allianz Life Indonesia becomes the second largest life insurance Company in Indonesia with GWP of Rp9.7 trillion.

- ▶ Meraih peringkat pertama di pasar Employee Benefit.

Ranked first in the Employee Benefit market.

- ▶ Meluncurkan aplikasi eAZy Claim untuk pengajuan klaim asuransi kesehatan secara digital (yang pertama di industri).

The launch of the eAZy Claim app to facilitate mobile claims for health insurance, the first in the industry.

2016

- ▶ PPB gabungan mencapai Rp10,2 triliun.

Combined GWP reached Rp10.2 trillion.

- ▶ Peluncuran eAZy Med Service untuk pemesanan obat secara digital dan pengiriman langsung ke nasabah.

The launch of the eAZy Med Service for digital medicine procurement and direct delivery.

- ▶ Peluncuran eAZy Payment untuk memfasilitasi pembayaran premi yang mudah dan aman secara online.

The launch of the eAZy Payment service to facilitate easy and secure insurance premium payments using online platforms.

2015

- ▶ PPB gabungan mencapai Rp9,8 triliun.

Combined GWP reached Rp9.8 trillion.

- ▶ Peluncuran Tabungan Asuransi Ibadah Haji (TASBIH) (pertama di industri asuransi).

The launch of Insurance Savings for Hajj Expenses (TASBIH), the first in the industry.

- ▶ Peluncuran Service Guarantee sebagai komitmen peningkatan layanan kepada nasabah.

The launch of Service Guarantee as a commitment to provide high-quality service to customers.

2017

- ▶ Peluncuran *Expert Underwriting System (EUS)* untuk meningkatkan kenyamanan dan kualitas layanan serta mendukung produktivitas agen (proses *underwriting* otomatis, keputusan dapat dilakukan daring dan *real time*).

Launch of the Expert Underwriting System (EUS) to improve convenience and service quality and support agent productivity (automated underwriting process, decisions can be made online and in real time).

- ▶ Peresmian Allianz Ecopark di Ancol, Jakarta Utara, sebagai ruang terbuka hijau yang mengusung merek global Allianz.

The inauguration of Allianz Ecopark in Ancol, North Jakarta, as a green public space carrying the Allianz global brand.

2018

- ▶ Kerja sama dengan PT Bank Maybank Indonesia Tbk untuk menawarkan berbagai produk (jiwa, kesehatan, dan kerugian/asuransi umum) kepada nasabah Maybank.

Allianz Life Indonesia partnered with PT Bank Maybank Indonesia Tbk to offer various products to Maybank's customers, ranging from life insurance to health and general insurance lines.

- ▶ Peresmian Allianz Innovation Lab.

The inauguration of Allianz Innovation Lab.

- ▶ Peluncuran Flexi CI, rider yang memberikan perlindungan terhadap 168 kondisi penyakit kritis.

The launch of Flexi CI, a new rider for life insurance products, which protects against 168 critical illnesses.

2020

- ▶ Peluncuran Allianz eAZy Cover di tengah pandemi untuk mendukung pembelian asuransi secara digital.

Launch of Allianz eAZy Cover amid the pandemic to support digital insurance purchases.

- ▶ Meraih Sertifikasi ISO 27001:2013 untuk penguatan tata kelola keamanan informasi dan perlindungan data.

Earned ISO 27001:2013 certification to strengthen information security governance and data protection.

- ▶ Kemitraan strategis bancassurance dengan Bank QNB Indonesia (akses melalui 19 cabang; kerja sama untuk 10 tahun).

Strategic bancassurance partnership with Bank QNB Indonesia (access through 19 branches; 10-year cooperation).

2019

- ▶ Peluncuran Allianz Discover, solusi perangkat penjualan digital interaktif bagi agen.

The launch of Allianz Discover, a digital sales tool for life and health insurance agents.

- ▶ Allianz Health and Corporate Solutions (AHCS) meluncurkan *add-on health rider Hospital & Surgical Care Premier*.

Allianz Health and Corporate Solutions (AHCS) launched an add-on health rider, Hospital & Surgical Care Premier.

- ▶ Peluncuran program/produk terjangkau: "Tukar Sampahmu, Lindungi Dirimu" dan "Allianz Uang Duka" untuk memperluas akses perlindungan.

Allianz Life Indonesia launched "Tukar Sampahmu, Lindungi Dirimu" (Trade in Your Waste, Insure Yourself) and "Allianz Uang Duka" (Allianz Funeral Funds), to provide accessible and affordable insurance options.

2021

- ▶ Allianz resmi memulai Kemitraan Global Olimpiade & Paralimpiade (2021–2028), melanjutkan kolaborasi dengan Gerakan Paralimpiade yang sudah berjalan sejak 2006.

Allianz officially launched its Global Olympic & Paralympic Partnership (2021–2028), continuing its collaboration with the Paralympic Movement that has been ongoing since 2006.

- ▶ Peresmian kerjasama bancassurance dengan Bank Hana, Bank BJB, Bank CTBC Indonesia, dan OCBC NISP.

Inauguration of bancassurance partnerships with Bank Hana, Bank BJB, Bank CTBC Indonesia, and OCBC NISP.

- ▶ Peluncuran OptimAll, portal distribusi asuransi digital.

Launch of OptimAll, a digital insurance distribution portal.

- ▶ Penunjukan David Nolan sebagai Country Manager & Direktur Utama, menggantikan Joos Louwerier.

Appointment of David Nolan as Country Manager & Managing Director, replacing Joos Louwerier

- ▶ Allianz kembali dinobatkan sebagai merek asuransi paling bernilai di dunia menurut Interbrand Best Global Brands Ranking 2021 (naik ke peringkat 34 dari 2020).

Allianz was once again named the world's most valuable insurance brand according to Interbrand's Best Global Brands Ranking 2021 (up to 34th place from 2020).

2022

- ▶ Pengumuman/peresmian kemitraan *bancassurance* dengan Bank Victoria, Bank Woori Saudara, dan Bank Mandiri Taspen, serta pembaruan kemitraan strategis dengan HSBC di Asia.

Announcement/inauguration of bancassurance partnerships with Bank Victoria, Bank Woori Saudara, and Bank Mandiri Taspen, as well as renewal of strategic partnership with HSBC in Asia.

- ▶ Allianz Group terpilih sebagai *Official Insurance Partner* untuk ABB FIA Formula E World Championship.

Allianz Group selected as Official Insurance Partner for ABB FIA Formula E World Championship.

- ▶ Peresmian kantor pusat baru di kompleks World Trade Center, Jakarta.

Inauguration of new headquarters in the World Trade Center complex, Jakarta.

2023

- ▶ Peresmian Allianz Center Surabaya dan Allianz Center Bandung.

Inauguration of Allianz Center Surabaya and Allianz Center Bandung.

- ▶ Peluncuran Legacy Pro, asuransi jiwa tradisional dengan perlindungan hingga usia 100 tahun.

Launch of Legacy Pro, traditional life insurance with coverage up to age 100.

- ▶ Peluncuran PT Asuransi Allianz Life Syariah Indonesia (Allianz Syariah) sebagai entitas terpisah untuk memperkuat layanan asuransi jiwa syariah.

Launch of PT Asuransi Allianz Life Syariah Indonesia (Allianz Syariah) as a separate entity to strengthen sharia life insurance services.

2024

- ▶ Allianz Indonesia meraih sertifikasi Great Place to Work 2024.

Allianz Indonesia achieved Great Place to Work certification in 2024.

- ▶ Allianz Indonesia dan Bank BTPN melanjutkan kerjasama bancassurance.

Allianz Indonesia and Bank BTPN continued their bancassurance partnership.

- ▶ Allianz Life Indonesia resmi memperoleh sertifikasi ISO 27701 untuk keamanan data pribadi.

Allianz Life Indonesia officially obtained ISO 27701 certification for personal data security.

- ▶ Peluncuran Allianz Blue Eagle Network, jaringan rumah sakit terpercaya untuk pengalaman layanan terbaik bagi nasabah.

Launch of the Allianz Blue Eagle Network, a network of trusted hospitals providing the best service experience for customers.

2025

- ▶ Peluncuran Allianz Critical Plus, solusi asuransi jiwa yang memberikan perlindungan finansial terhadap risiko penyakit kritis, serta Asuransi Allianz Future Income, produk asuransi jiwa dwiguna (*endowment*) yang memberikan kepastian pendapatan di masa depan.

Launch of Allianz Critical Plus, a life insurance solution that provides financial protection against critical illness risks, and Allianz Future Income Insurance, a dual-purpose (endowment) life insurance product that provides certainty of future income.

- ▶ Peluncuran produk yang bekerja sama dengan mitra bank, yakni:

- HSBC Indonesia: Premier Plan Assurance, Smartwealth Rupiah Multi Asset Income Fund, Premier Heritage Assurance.
- Maybank Indonesia: MyProtection Future, MyProtection Growth, MyProtection Simple di Aplikasi M2U ID.
- Bank QNB Indonesia: LegacyPro.

Launch of products in collaboration with banking partners, namely:

- HSBC Indonesia: Premier Plan Assurance, Smartwealth Rupiah Multi Asset Income Fund, Premier Heritage Assurance.
- Maybank Indonesia: MyProtection Future, MyProtection Growth, MyProtection Simple on the M2U ID app.
- Bank QNB Indonesia: LegacyPro.

- ▶ Allianz Indonesia bersama doctorSHARE melalui Yayasan Allianz Peduli meluncurkan Panti Rawat Gizi di Pulau Kei, Maluku Tenggara, sebagai wujud komitmen jangka panjang dalam meningkatkan kesehatan ibu dan anak di wilayah terpencil.

Allianz Indonesia, together with doctorSHARE through the Allianz Peduli Foundation, launched a Panti Rawat Gizi (Nutrition Care Center) on Kei Island, Southeast Maluku, as a manifestation of its long-term commitment to improving the health of mothers and children in remote areas.

Tujuan dan Strategi

Purpose and Strategy

Tujuan

Purpose

We Secure Your Future

Kami Melindungi Masa Depan Anda

Mencerminkan komitmen perusahaan untuk memberikan stabilitas dan ketenangan pikiran kepada para nasabah. Ini menandakan dedikasi Allianz dalam menawarkan solusi asuransi dan keuangan yang andal untuk melindungi individu dan bisnis dari ketidakpastian. Dengan berfokus pada keamanan dan kesejahteraan jangka panjang, Allianz bertujuan untuk memberdayakan nasabah/mitra bisnis agar dapat menghadapi masa depan dengan percaya diri, mengetahui bahwa mereka didukung oleh mitra yang terpercaya.

Encapsulates the Company's commitment to providing stability and peace of mind to its customers. It signifies Allianz's dedication to offering reliable insurance and financial solutions that protect individuals and businesses against uncertainties. By focusing on long-term security and well-being, Allianz aims to empower its clients to confidently face the future, knowing a trusted partner supports them.

Strategi *Strategy*



Kami tetap teguh dalam ambisi kami untuk menggandakan basis nasabah kami dalam lima tahun. Untuk mencapai tujuan ini, kami telah merancang strategi yang terbagi menjadi empat pilar, yaitu:

We remain steadfast in our ambition to double our customer base in five years. To achieve the goals, we have devised a strategy which is divided into four pillars.

1



Pertumbuhan yang lebih tinggi dari pasar dengan dukungan kanal distribusi yang lebih kuat

Outgrow the market with strong distribution channels

2



Memberikan solusi dengan nilai tambah yang sesuai dengan nasabah

Give the best value-added solutions for our customers

3



Menyediakan pengalaman yang menyenangkan kepada nasabah dan mitra bisnis

Provide pleasant experience for our customer and distributor

4



Transformasi *people and culture* dimana para *talent Allianz* senantiasa berdaya dan memiliki keterlibatan tinggi

Transform our people and culture to be the most engaged and empowered talent in the industry

Jajaran Dewan Komisaris

Board of Commissioners

Aaron Mitchell Fryer

Komisaris Utama
President Commissioner

Warga Negara Australia
Australian Citizen



Aaron Mitchell Fryer menjabat sebagai Komisaris Utama sejak Oktober 2019. Sebelumnya, beliau menjabat sebagai Regional Chief Finance Officer di Allianz SE cabang Singapura. Beliau memiliki rekam jejak kepemimpinan yang kuat di industri asuransi, termasuk di Prudential Life Assurance Indonesia, Prudential Vietnam Assurance, PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia, Manulife Financial (Singapura), serta ING Australia. Beliau meraih gelar Sarjana Teknik (Honours) dari The University of Newcastle, Australia.

Aaron Mithcell Fryer has served as the President Commissioner since October 2019. Previously, he was the Regional Chief Finance Officer at Allianz SE, Singapore branch. His career in the insurance industry includes taking leadership roles in various companies in different countries, such as Prudential Life Assurance Indonesia, Prudential Vietnam Assurance, PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia, Manulife Financial (Singapore), and ING Australia. He holds a Bachelor of Engineering (Honours) degree from The University of Newcastle, Australia.

Jens Reisch

Komisaris
Commissioner

Warga Negara Jerman
German Citizen



Jens Reisch menjabat sebagai Komisaris sejak April 2023. Beliau memiliki pengalaman lebih dari 33 tahun di industri asuransi, termasuk lebih dari 20 tahun pada peran kepemimpinan senior di perusahaan nasional dan internasional, seperti PT Prudential Life Assurance (Presiden Direktur/CEO), PT FWD Life Indonesia (Wakil Presiden Direktur), FWD Group Management Hong Kong, Allianz Malaysia, dan Allianz Germany. Saat ini, beliau juga berperan sebagai advisor Allianz Asia Pacific, marketing advisor di PT Nusantara Sugihartana (Northstar Group) Jakarta, mentor Endeavor Network (mendukung start-up), serta anggota Indonesia Development Board of Habitat for Humanity.

Jens Reisch has served as Commissioner since April 2023. He has over 33 years of insurance industry experience and expertise with over 20 years of senior leadership roles in various national and international companies, such as PT Prudential Life Assurance (as President Director/CEO), PT FWD Life Indonesia (as Vice President Director), FWD Group Management Hong Kong, Allianz Malaysia, and Allianz Germany. He is currently an advisor of Allianz Asia Pacific and marketing advisor of PT Nusantara Sugihartana, Northstar Group in Jakarta; a mentor of Endeavor Network in Indonesia, which supports start-up ventures; and a member of the non-profit organization Indonesia Development Board of Habitat for Humanity.

Lilis Halim

Komisaris Independen
President Commissioner

Warga Negara Indonesia
Indonesian Citizen



Lilis Halim menjabat sebagai Komisaris Independen sejak 2022. Beliau memperoleh gelar Bachelor of Science (Major in Mathematics) dari University of New South Wales pada 1988. Di awal karier, beliau bekerja di Associated National Life (Sydney), dan kemudian membangun pengalaman panjang di bidang konsultasi SDM serta aktuaria melalui sejumlah perusahaan, antara lain PT Purbajaga, PT Wyatt Purbajaga, Watson Wyatt Indonesia, dan Towers Watson Indonesia. Saat ini, beliau juga menjabat sebagai Komisaris Independen di PT Kalbe Farma Tbk dan PT Pelita Samudera Shipping Tbk, serta Komisaris di PT Willis Towers Watson.

Lilis Salim has served as an Independent Commissioner since 2022. She earned her Bachelor of Science degree, Major in Mathematics at New South Wales University in 1988. In her early career, she worked at Associated National Life, Sydney, and built extensive experience working at HR consultancy and actuarial companies, such as PT Purbajaga, PT Wyatt Purbajaga, Watson Wyatt Indonesia, and Towers Watson Indonesia. Currently, she also serves as an Independent Commissioner of PT Kalbe Farma Tbk, Independent Commissioner of PT Pelita Samudera Shipping Tbk, and Commissioner of PT Willis Towers Watson.

Ahmad Junaedy Ganie

Komisaris Independen
President Commissioner

Warga Negara Indonesia
Indonesian Citizen



Ahmad Junaedy Ganie menjabat sebagai Komisaris Independen sejak April 2015. Sebelumnya, beliau pernah berkiprah di Asuransi AIG Indonesia, Asuransi Cigna, dan AON Indonesia. Saat ini, beliau juga menjabat sebagai Komisaris Independen di PT Asuransi Allianz Utama Indonesia. Jabatan terakhir beliau sebelum bergabung sebagai Komisaris Independen Perusahaan adalah Direktur di BNI Life Insurance. Beliau menyelesaikan pendidikan Magister dan Doktor di bidang Hukum Bisnis dari Universitas Padjajaran masing-masing pada 2006 dan 2009.

Ahmad Junaedy Ganie has served as Independent Commissioner since April 2015. Previously, he worked at Asuransi AIG Indonesia, Asuransi Cigna, and AON Indonesia. Currently, he also serves as an Independent Commissioner at Asuransi Allianz Utama Indonesia. His last position prior to his appointment was as Director of BNI Life Insurance. He graduated with a Master's degree and Doctorate in Business Law from Universitas Padjajaran in 2006 and 2009, respectively.

Jajaran Direksi

Board of Directors

Alexander Grenz

Direktur Utama
President Director

Warga Negara Jerman
German Citizen



Alexander Grenz menjabat sebagai Direktur Utama sejak 2023. Ia memiliki pengalaman lebih dari 20 tahun di Allianz Group, mencakup berbagai peran kepemimpinan di tingkat global, regional, hingga operasional. Sebelum bertugas di Allianz Life Indonesia, ia menjabat sebagai Presiden dan CEO Allianz PNB Life Insurance di Filipina (AZPNB Life). Alex memulai kariernya di Allianz pada tahun 2003 melalui jalur manajemen aset, kemudian mengemban sejumlah posisi strategis, sebelum bergabung dengan Allianz Asia Pasifik pada 2013 sebagai Regional Head of Partnerships and Business Development.

Alexander Grenz has served as the President Director since 2023. Alexander Grenz has more than 20 years of experience in the Allianz Group with various global, regional, and operational leadership roles. He previously served as President and CEO of Allianz PNB Life Insurance in the Philippines (AZPNB Life). Alex started his career at Allianz in 2003 as a graduate in Asset Management and later held several key positions within the Group before joining Allianz Asia Pacific (AZAP) in 2013 as Regional Head of Partnerships and Business Development.

Hasinah Jusuf

Direktur
Director

Warga Negara Indonesia
Indonesian Citizen



Hasinah Jusuf menjabat sebagai Direktur sejak 13 April 2018 dan memiliki pengalaman lebih dari satu dekade di industri asuransi. Sebelum bergabung dengan Allianz Life Indonesia, ia mengawali karier sebagai konsultan hukum di Dermawan&Co, lalu menempati berbagai posisi kepemimpinan di PT Tokio Marine Life Insurance Indonesia, PT Avrist Assurance, serta PT Manulife Aset Manajemen Indonesia.

Hasinah meraih gelar Sarjana Hukum (Cum Laude) dari Universitas Trisakti serta Master of Laws (LLM) dari Erasmus University, Belanda. Ia juga memiliki berbagai sertifikasi profesional, termasuk AIRC, CFLHI, dan ALMI (LOMA), Ahli Manajemen Risiko Perasuransian (AMRP), serta Certified Compliance and Ethic Professional-International (CCEP-I). Hasinah merupakan anggota PERADI, aktif dalam asosiasi industri termasuk AASI dan AAJI, serta saat ini menjabat sebagai Kepala Bidang Hukum AAJI.

Hasinah Jusuf has served as Director since April 13, 2018, and has more than a decade of experience in the insurance industry. Before joining Allianz Life Indonesia, she began her career as a legal consultant at Dermawan&Co, then held various leadership positions at PT Tokio Marine Life Insurance Indonesia, PT Avrist Assurance, and PT Manulife Aset Manajemen Indonesia.

Hasinah holds a Bachelor's degree with a Cum Laude achievement from Trisakti University and a Master of Laws (LLM) from Erasmus University, the Netherlands. She also has several professional certifications, including AIRC, CFLHI, ALMI (LOMA), Insurance Risk Management Expert (AMRP), as well as Certified Compliance and Ethic Professional-International (CCEP-I). Hasinah is an advocate member of PERADI (Association of Indonesian Advocates), actively engaged in several associations, including Indonesian Sharia Insurance Association (AASI) and Indonesian Life Insurance Association (AAJI). Currently, she serves as Legal Department Head of AAJI.

Gert de Rijke

Direktur
Director

Warga Negara Belanda
Dutch Citizen



Gert de Rijke menjabat sebagai Direktur sejak Oktober 2025. Ia memiliki memiliki latar akademik yang kuat di bidang kuantitatif dengan gelar Bachelor of Science di bidang Econometrics and Operations Research (2014) serta Master of Science di bidang Quantitative Finance, Econometrics and Management Science (2016), keduanya dari Erasmus University Rotterdam, dan sertifikasi Financial Risk Management (FRM) dari GARP (2018).

Kariernya dimulai sebagai Portfolio Analyst Mortgages di Allianz Nederland (2015–2016), kemudian berlanjut ke Allianz Benelux sebagai Actuarial-Risk Model Validator (2016–2017), Manager ERM and Validation (2017–2020), dan Actuarial Functionholder (*appointed actuary*) pada 2020. Pada periode 2020–2024, beliau memegang peran strategis sebagai Regional Chief Risk Officer & Head of ALM Allianz Benelux, sebelum dipercaya sebagai Head of Performance Steering & Data sekaligus deputy CFO (2024–2025).

Gert de Rijke has served as Director since October 2025. He has a strong academic background in quantitative fields, holding a Bachelor of Science degree in Econometrics and Operations Research (2014) and a Master of Science degree in Quantitative Finance, Econometrics and Management Science (2016), both from Erasmus University Rotterdam, and a Financial Risk Management (FRM) certification from GARP (2018).

*His career began as a Portfolio Analyst Mortgages at Allianz Nederland (2015–2016), then continued at Allianz Benelux as Actuarial-Risk Model Validator (2016–2017), ERM and Validation Manager (2017–2020), and Actuarial Functionholder (*appointed actuary*) in 2020. From 2020 to 2024, he held the strategic role of Regional Chief Risk Officer & Head of ALM at Allianz Benelux, before being appointed Head of Performance Steering & Data and deputy CFO (2024–2025).*

Chong Fang Siong

Direktur
Director

Warga Negara Malaysia
Malaysian Citizen



Fang Siong menjabat sebagai Direktur pada Juli 2025. Ia meraih gelar Sarjana Akuntansi dari Universitas Tunku Abdul Rahman dan memiliki pengalaman luas dalam bidang keuangan, audit, serta kepemimpinan strategis keuangan di seluruh Asia. Ia merupakan anggota Institute of Singapore Chartered Accountants (ISCA) dan Fellow dari Association of Chartered Certified Accountants (ACCA). Fang Siong memulai kariernya di bidang corporate advisory bersama Nexia, jaringan akuntansi global peringkat 10 besar, di mana ia membangun fondasi yang kuat dalam advisory dan assurance. Selanjutnya, ia bergabung dengan sebuah grup pendidikan swasta, di mana ia berkembang melalui berbagai posisi senior di bidang keuangan dan audit, hingga akhirnya menjabat sebagai Regional Financial Controller yang mengawasi operasional keuangan di berbagai pasar. Pada tahun 2017, ia bergabung dengan Allianz di Kantor Regional Asia di Singapura dan berkontribusi dalam berbagai inisiatif penting pengelolaan keuangan regional. Ia kemudian diangkat sebagai Chief Financial Officer Allianz PNB Life Insurance, menjabat dari tahun 2021 hingga 2025. Selama masa jabatannya, ia memainkan peran penting dalam memperkuat tata kelola keuangan, meningkatkan efektivitas operasional, serta mendorong kinerja bisnis yang berkelanjutan.

Fang Siong was appointed Director in July 2025. He holds a Bachelor of Accounting from Tunku Abdul Rahman University and brings extensive experience in finance, audit, and strategic financial leadership across Asia. He is a member of the Institute of Singapore Chartered Accountants (ISCA) and a Fellow of the Association of Chartered Certified Accountants (ACCA). Fang Siong began his career in corporate advisory with Nexia, a top-10 global accounting network, where he developed a strong foundation in advisory and assurance. He subsequently joined a private education group, where he progressed through a series of senior finance and audit roles, ultimately serving as Regional Financial Controller, overseeing financial operations across multiple markets. In 2017, he joined Allianz at its Asia Regional Head Office in Singapore, contributing to key regional financial management initiatives. He was later appointed Chief Financial Officer of Allianz PNB Life Insurance, serving from 2021 to 2025. During his tenure, he played a pivotal role in strengthening financial governance, enhancing operational effectiveness, and driving sustainable business performance.

Nina Hatumena

Direktur
Director

Warga Negara Indonesia
Indonesian Citizen



Nina Hatumena menjabat sebagai Direktur sejak September 2025. Ia merupakan lulusan Universitas Pelita Harapan (2003) serta memiliki sertifikasi profesional CHRP (2022) dan AHCA (2023) dari Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya. Beliau mengembangkan karier lebih dari dua dekade di bidang *human capital*, dimulai sebagai Consultant di Potentia HR Consulting (2006–2009), kemudian Senior Manager HCRM di BTPN (2009–2011), dan Head of Recruitment di Ernst & Young Jakarta (2011–2012). Pada 2012, beliau bergabung dengan Allianz Life Indonesia sebagai Head of HR Business Partner hingga 2023, sebelum dipercaya memimpin transformasi budaya perusahaan sebagai Head of People & Culture (2024–Agustus 2025). Kepemimpinannya dalam strategi SDM dan pengembangan organisasi mengantarkan beliau pada posisi Direktur Allianz Life Indonesia sejak September 2025.

Nina Hatumena has served as Director since September 2025. She graduated from Pelita Harapan University (2003) as well as holds CHRP (2022) and AHCA (2023) professional certifications from Atma Jaya Catholic University of Indonesia. She has developed her career over two decades in human capital, starting as a Consultant at Potentia HR Consulting (2006–2009), then Senior Manager HCRM at BTPN (2009–2011), and Head of Recruitment at Ernst & Young Jakarta (2011–2012). In 2012, she joined Allianz Life Indonesia as Head of HR Business Partner until 2023, before being entrusted to lead the company's cultural transformation as Head of People & Culture (2024–August 2025). Her leadership in HR strategy and organizational development led her to the position of Director of Allianz Life Indonesia since September 2025.

Jajaran Manajemen Senior

Senior Management



Himawan Purnama

Chief Agency Officer



Ancilla Lily

Chief Bancassurance Officer



Heng Teik Boon

Chief Technical Officer



Mike Sutton

Chief Digital Officer



Ni Made Daryanti

Chief Investment Officer



Cheang Khai Au

Chief Product Officer



Marco Japutra

Chief Corporate Solutions
Officer

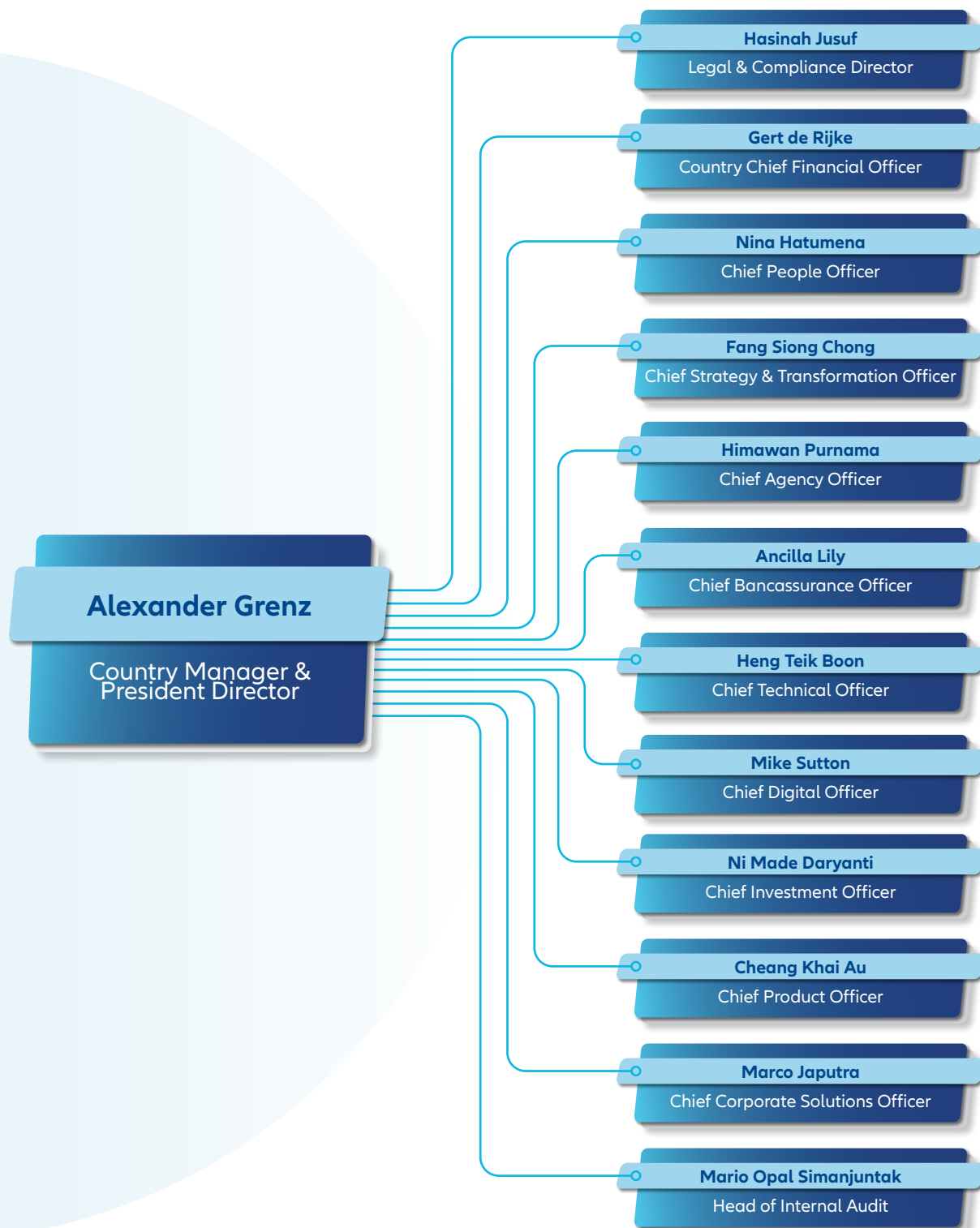


Mario Opal Simanjuntak

Head of Internal Audit

Struktur Organisasi

Organizational Structure



Skala Perusahaan [OJK C.3]

Company Scale

dalam jutaan rupiah
in million rupiah

Keterangan Description	Satuan Unit	2025	2024*	2023**
Jumlah Aset Total Assets	Rp juta Rp million	39.731.038	38.160.250	39.008.689
Jumlah Liabilitas Total Liability	Rp juta Rp million	28.490.632	26.962.917	27.935.611
Hasil Jasa Asuransi Bersih Total Insurance Service Result	Rp juta Rp million	737.558	1.290.388	-
Hasil Investasi Bersih Net Investment Income	Rp juta Rp million	1.859.274	556.522	-
Klaim yang Dibayarkan Claim Paid	Rp juta Rp million	(6.047.561)	(5.005.821)	(12.138.880)
Laba Setelah Pajak Profit After Tax	Rp juta Rp million	510.224	761.022	-

*Disajikan kembali sesuai PSAK117

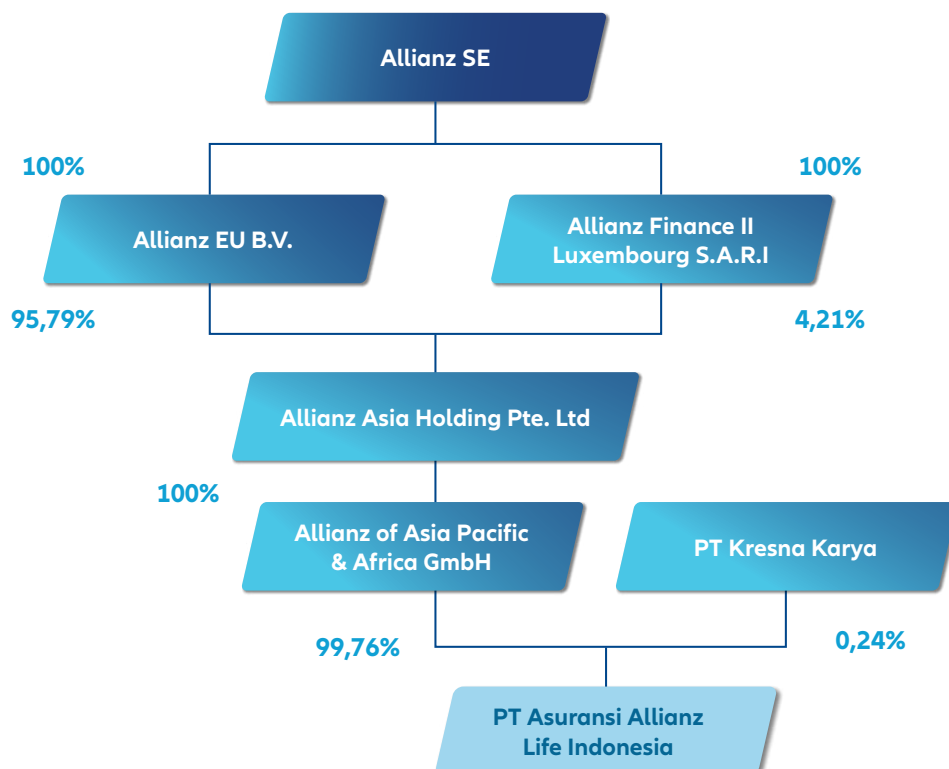
**Penyajian kembali atas posisi keuangan awal per 1 Januari 2024 sehingga tidak terdapat laporan laba rugi yang disajikan kembali.

*Restated in accordance with PSAK 117

**Restatement for the opening balance as at 1 January 2024 and consequently no restated statement of profit or loss.

Komposisi dan Kepemilikan Saham [OJK C.3]

Shareholders Composition



Demografi Karyawan [OJK C.3] [GRI 2-7]

Employee Demographics

Komposisi Karyawan Berdasarkan Jenis Kelamin

Employee Composition by Sex

Karyawan Employee	2025	2024	2023
Laki-laki Male	462	599	613
Perempuan Female	529	564	591
Total	991	1.163	1.204
Persentase Karyawan Laki-laki terhadap Total Percentage of Male Employees to Total Employees	46,62%	51,50%	50,91%
Persentase Karyawan Perempuan terhadap Total Percentage of Female Employees to Total Employees	53,38%	48,50%	49,09%

Komposisi Karyawan Berdasarkan Level Jabatan dan Jenis Kelamin

Employee Composition by Position Level and Sex

Level Jabatan Job Level	2025		2024		2023	
	Laki-laki Male	Karyawan Female	Laki-laki Male	Perempuan Female	Laki-laki Male	Perempuan Female
CEO	1	0	1	0	1	0
Senior VP	7	3	4	4	7	5
VP	19	18	22	15	30	13
General Manager	50	35	55	39	61	50
Manager	108	115	171	111	155	97
Assistant Manager	94	107	141	118	135	120
Supervisor	92	114	104	117	108	136
Senior Officer	91	137	100	160	115	169
Officer	0	0	1	0	1	1
Staf Staff	0	0	0	0	0	0
Total	462	529	599	564	613	591

Komposisi Karyawan Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Employee Composition by Education Level

Tingkat Pendidikan Education Level	2025		2024		2023	
	Laki-laki Male	Karyawan Female	Laki-laki Male	Perempuan Female	Laki-laki Male	Perempuan Female
Magister Master	53	47	67	51	74	49
Sarjana Bachelor	343	387	454	414	454	440
Diploma	54	90	65	95	72	98
SMA High School	11	5	12	4	12	4
SMP Junior High School	1	0	1	0	1	0
Total	462	529	599	564	613	591

Komposisi Karyawan Berdasarkan Tingkat Usia

Employee Composition by Age

Tingkat Usia Age Range	2025		2024		2023	
	Laki-laki Male	Karyawan Female	Laki-laki Male	Perempuan Female	Laki-laki Male	Perempuan Female
>=55	7	3	10	2	13	3
50-54	38	48	39	41	49	39
45-49	77	47	82	53	75	52
40-44	95	97	127	95	117	99
35-39	119	160	148	148	143	139
30-34	91	97	125	127	129	145
25-29	29	66	59	75	72	80
20-24	6	11	9	23	15	34
Total	462	529	599	564	613	591

Komposisi Karyawan Berdasarkan Lama Kerja dan Jenis Kelamin

Employee Composition by Length of Service and Sex

Lama Kerja Length of Service	2025		2024		2023	
	Laki-laki Male	Karyawan Female	Laki-laki Male	Perempuan Female	Laki-laki Male	Perempuan Female
>=25	14	12	12	15	8	11
20-25	17	20	25	20	33	23
15-19	36	47	32	41	36	46
10-14	89	98	105	99	105	96
5-9	115	112	154	117	132	111
0-4	191	240	271	272	299	304
Total	462	529	599	564	613	591

Komposisi Karyawan Berdasarkan Status dan Jenis Kelamin

Employee Composition by Employment Status and Sex

Status	2025		2024		2023	
	Laki-laki Male	Karyawan Female	Laki-laki Male	Perempuan Female	Laki-laki Male	Perempuan Female
Pekerja Tetap Full-Time Employee	442	517	570	548	565	555
Pekerja Percobaan Probationary Employee	5	7	10	13	26	20
Pekerja Kontrak Contract Employee	15	5	19	3	22	16
Total	462	529	599	564	613	591

Keanggotaan Asosiasi

Membership in Associations

Allianz Life merupakan anggota dari Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI). Perusahaan berpartisipasi aktif dalam berbagai kegiatan yang diselenggarakan oleh asosiasi untuk memperkuat hubungan baik serta memperoleh wawasan dan perkembangan terbaru di industri. Manajemen kami juga turut terlibat aktif dalam kelompok kerja yang dibentuk oleh asosiasi untuk mendukung pelaksanaan kegiatan tertentu. [OJK C.5] [GRI 2-28]

Allianz Life is a member of the Indonesian Life Insurance Association (AAJI). The Company actively participates in various activities organized by the association to strengthen good relations and gain insights into the latest developments in the industry. Our management is also actively involved in working groups formed by the association to support the implementation of certain activities. [OJK C.5] [GRI 2-28]

Wilayah Operasional [OJK C.3] [GRI 2-1]

Operational Area



Perubahan Yang Bersifat Signifikan [OJK C.6]

Significant Changes

Perusahaan menunjuk Chong Fang Siong sebagai Direktur Strategy and Transformation pada bulan Juli 2025, Nina Hatumena sebagai Direktur & Chief People and Culture pada bulan September 2025, serta Gert de Rijke sebagai Direktur dan Chief Financial Officer pada bulan Oktober 2025.

The Company appointed Chong Fang Siong as Strategy and Transformation Director in July 2025, Nina Hatumena as Director & Chief People and Culture in September 2025, as well as Gert de Rijke as Director and Chief Financial Officer in October 2025.

Perubahan struktur organisasi ini tidak berdampak material terhadap Perusahaan.

This change in organizational structure does not have a material impact on the Company.



Kantor Pusat
Head Office



PT Asuransi Allianz Life Indonesia

World Trade Center 3
Jl. Jenderal Sudirman, Kav. 29-31
Karet Kuningan, Setiabudi
Jakarta Selatan 12920

Allianz Care : +62 21 1500 136
E-mail : contactus@allianz.co.id

Jaringan Kantor Pemasaran Aktif [OJK C.3]

Active Network of Marketing Offices

ALC & Customer Service Points

Denpasar, Bali

ALC dan CSP Denpasar
Jalan Raya Puputan No. 122C, Dusun Sembung Sari,
Desa Sumerta Kelod, Kecamatan Denpasar Timur,
Kota Denpasar
S-2548/NB.111/2014 – (Surat Pencatatan
Perubahan Alamat No. S-4349/NB.111/2019
Tanggal 3 Oktober 2019) | (Letter of Address
Change No. S-4349/NB.111/2019 dated October 3,
2019)

Semarang, Jawa Tengah | Central Java

PT Asuransi Allianz Life Indonesia KP Semarang
Ruko Mal Ciputra, No. 12A Jl. Anggrek Raya,
Kelurahan Pakunden, Kecamatan Semarang
Tengah, Kota Semarang
S-2548/NB.111/2014 – 1 Juli 2014 | July 1, 2014

Makassar, Sulawesi Selatan | South Sulawesi

PT Asuransi Allianz Life Indonesia KP Sulawesi
Selatan
Ruko Business Park Citraland City Losari CPI,
Blok B1, No. 5 Kecamatan Mamajang, Makassar,
Sulawesi Selatan
S-231/PD.021/2023 tanggal 29 Agustus 2023 |
dated August 29, 2023

Bandung, Jawa Barat | West Java

PT Asuransi Allianz Life Indonesia Kantor Layanan
Pelanggan (Customer Service Point)
HQuarters Business Residence
GF unit A dan UG unit D
Jl. Asia Afrika No. 158, Bandung
S-2271/NB.021/2023 tanggal 20 Juni 2023 | dated
June 20, 2023

Surabaya, Jawa Timur | East Java

ALC dan CSP Surabaya, Jawa Timur
Pakuwon Center, UG floor, Unit PC-OFF-UG 02 & Lt.1
Unit PCOFF-01 15 Jl. Embong Malang No. 1, 3, 5
Surabaya

Medan, Sumatra Utara | North Sumatra

PT Asuransi Allianz Life Indonesia RAMC Medan
Forum Nine Office, Lt. 6 Jl. Imam Bonjol, No. 9
S-2548/NB.111/2014 – 1 Juli 2014, selanjutnya
dilakukan perubahan alamat pencatatan tertulis
di Jaringan Kantor | S-2548/NB.111/2014 – July 1,
2014, followed by a change in the registered address
in the Office Network

Jawa | Java

Daerah Khusus Ibukota Jakarta Jakarta Province

Jakarta Barat | West Jakarta

PT Asuransi Allianz Life Indonesia, KP Jakarta Barat
APL Tower Lt. 11, Suite 1,
Jl. Letjen S. Parman, Kav. 28
Kelurahan Tanjung Duren Selatan, Kecamatan
Grogol Petamburan, Jakarta Barat

Kantor Pemasaran Mandiri Jakarta - Neo Soho | Jakarta Marketing Office – Neo Soho

Gedung Neo Soho Lt. 18,
Jl. Jend. S. Parman, Kav. 28, RT. 03/RW. 05
Kelurahan Tanjung Duren Selatan, Kecamatan
Grogol Petamburan, Jakarta Barat

Kantor Pemasaran Mandiri Jakarta – New Vision | Jakarta Marketing Office – New Vision

Grand Slipi Tower Lt. 26, Unit A-L,
Jl. Letjend. S. Parman, Kav. 22-24, Kelurahan
Palmerah Kecamatan Slipi, Jakarta Barat

Jakarta Selatan | South Jakarta

PT Asuransi Allianz Life Indonesia, KP DKI Jakarta
Gedung World Trade Centre (WTC) 6, Lt. 3,
Jl. Jend. Sudirman Kav. 29-31 Kelurahan Karet,
Kecamatan Setiabudi, Jakarta Selatan
(Surat Perubahan Alamat S-4225/NB.111/2021
tanggal 25 November 2021) | (Address Change
Letter S-4225/NB.111/2021 dated November 25,
2021)

PT Asuransi Allianz Life Indonesia, KP DKI Jakarta

Pondok Indah Office Tower 2,
Jl. Sultan Iskandar Muda, Kav. VTA
Pondok Indah, Jakarta Selatan

Kantor Pemasaran Mandiri Jakarta - Pondok Indah Plaza II | Jakarta Marketing Office – Pondok Indah Plaza II

Pondok Indah Plaza II Ba/34
Jl. Metro Pondok Indah, Jakarta Selatan

PT Asuransi Allianz Life Indonesia, KP Jakarta Selatan

Graha Mustika Ratu,
Jl. Gatot Subroto, Kav. 74-75, Jakarta Selatan

Jawa Barat West Java

Bandung

Kantor Pemasaran Mandiri Bandung | *Bandung Marketing Office*
Jl. Sunda, No. 55-61 Kelurahan Kebon Pisang,
Kecamatan Sumur Bandung, Bandung

Bogor

Kantor Pemasaran Mandiri Bogor | *Bogor Marketing Office*
Jl. Raya Pajajaran No. 96F, Rt.02/03
Kelurahan Bantarjati, Kecamatan Bogor Utara,
Bogor

Purwakarta

Kantor Pemasaran Mandiri Purwakarta |
Purwakarta Marketing Office
Jl. Mr Dr. Kusumaatmaja No. 5
Purwakarta

Sumedang

Kantor Pemasaran Mandiri Sumedang | *Sumedang Marketing Office*
Jl Kutamaya Centre Ruko D, RT 01/RW 13
Sumedang

Jawa Tengah Central Java

Semarang

Kantor Pemasaran Mandiri Semarang | *Semarang Marketing Office*
Mal Ciputra Semarang No. 12A,
Jl. Anggrek Raya Kelurahan Pekunden Kecamatan
Semarang Tengah, Semarang

Kantor Pemasaran Mandiri Semarang - Ruko Robin
Semarang Marketing Office – Ruko Robin
Komplek Royal Office Building
Jl. Madukoro No, 8-B Kelurahan Tawangsari
Kecamatan Semarang Barat, Semarang

Surakarta

Kantor Pemasaran Mandiri Solo | *Solo Marketing Office*
Ruko Loji Gandrung,
Jl. Slamet Riyadi Nomor 259 Blok A1 dan 2 RT 01/
RW 03 Kelurahan Penumping, Kecamatan Laweyan
Surakarta

Kantor Pemasaran Mandiri Surakarta | *Surakarta Marketing Office*

Jl. Dr. Radjiman No. 531B, RT. 01/I Kelurahan
Laweyan Kecamatan Laweyan, Surakarta

Salatiga

Kantor Pemasaran Mandiri Salatiga | *Salatiga Marketing Office*
Jl. Pemuda No. 13
Salatiga

Pekalongan

Kantor Pemasaran Mandiri Pekalongan – Tentara
Pelajar Ruko | *Pekalongan Marketing Office –
Tentara Pelajar Ruko*
Jl. Tentara Pelajar Ruko, No. 1, RT 003/RW 001
Kelurahan Kandang Panjang Kecamatan
Pekalongan Utara, Pekalongan

Daerah Istimewa Yogyakarta Yogyakarta Province

Sleman

Kantor Pemasaran Mandiri Yogyakarta |
Yogyakarta Marketing Office
Ruko Panda Kav. I, Jl. Ringroad Utara, Sanggrahan,
RT 08/RW 10 Kelurahan Condongcatut, Kapanewon
Depok, Kabupaten Sleman

Jawa Timur East Java

Surabaya

Kantor Pemasaran Mandiri Surabaya | *Surabaya Marketing Office*
Jl. Graha Pacific, Lt. 3A Jl. Basuki Rahmat 87-91
Surabaya

Kantor Pemasaran Mandiri Surabaya - Pakuwon
Center | *Surabaya Marketing Office – Pakuwon Center*
Pakuwon Center Lt. 19 Unit OF 19-08
Jl. Embong Malang Nomor 1, 3, 5 Kelurahan
Kedungdoro Kecamatan Tegalsari, Surabaya

Madiun

Kantor Pemasaran Mandiri Madiun Biliton |
Madiun Biliton Marketing Office
Jl. Biliton, RT. 27 RW. 07, Kelurahan Madiun Lor
Kecamatan Manguharjo, Madiun

Malang

Kantor Pemasaran Mandiri Malang - Soekarno Hatta | *Malang Marketing Office – Soekarno Hatta*
Ruko Taman Niaga A-11, Jalan Soekarno-Hatta
RT 03/RW X Kelurahan Jatimulyo Kecamatan
Lowokwaru, Malang

Kantor Pemasaran Mandiri Malang - S Priyo |
Malang Marketing Office – S Priyo
Jl. S. Priyo Sudarmo, No. 60
Malang

Probolinggo

Kantor Pemasaran Mandiri Probolinggo - Panglima Sudirman | *Probolinggo Marketing Office – Panglima Sudirman*
Jl. Ruko Panglima Sudirman, F6, Kelurahan
Kebonsari Kulon, Kecamatan Kanigaran,
Probolinggo

Banyuwangi

Kantor Pemasaran Mandiri Banyuwangi - Griya Permata Indah | *Banyuwangi Marketing Office – Griya Permata Indah*
Ruko Griya Permata Indah Jl. Kepiting No. 10. RT 02/
RW 02 Kelurahan Sobo, Kabupaten Banyuwangi

Bali dan Nusa Tenggara | *Bali and Nusa Tenggara*

Bali

Denpasar

Kantor Pemasaran Mandiri Denpasar | *Denpasar Marketing Office*
Jl. Imam Bonjol, No. 555, Denpasar

Kantor Pemasaran Mandiri Denpasar | *Denpasar Marketing Office*
Pertokoan Kuta Galeria Blok PM 1 No.23A
Jl. Patih Jelantik Kuta – Bali

Kantor Pemasaran Mandiri Denpasar | *Denpasar Marketing Office*
Pertokoan IDT Genteng Biru Blok A No. 13,
Denpasar

Kantor Pemasaran Mandiri Denpasar - Soekarno Hatta | *Denpasar Marketing Office – Soekarno Hatta*
Jl. Bung Karno No. 11X Renon Dangin Puri Kelod,
Denpasar

Gianyar

Kantor Pemasaran Mandiri Gianyar | *Gianyar Marketing Office*
Jl. By Pass Dharma Giri No. 18, Gianyar
Denpasar

Nusa Tenggara Timur *East Nusa Tenggara*

Kupang

Kantor Pemasaran Mandiri Kupang | *Kupang Marketing Office*
Jl. Veteran No. 15, Kelurahan Kelapa Lima,
Kecamatan Kelapa Lima, Kupang

Sumatra

Sumatra Utara *North Sumatra*

Medan

Kantor Pemasaran Mandiri Medan Jati Junction |
Medan Jati Junction Marketing Office
Jl. Perintis Kemerdekaan Komplek Jati Junction
No. PS-V/PS-VA Lingkungan III, Kelurahan Perintis
Kecamatan Medan Timur, Medan

Deli Serdang

Kantor Pemasaran Mandiri Medan | *Medan Marketing Office*
Jl. Ahmad Yani, Komplek Premiere Resident, LK II,
nomor 88 GG, Kelurahan Paluh Kemiri, Kecamatan
Lubuk Pakam, Kabupaten Deli Serdang

Batu Bara

Kantor Pemasaran Mandiri Medan Batu Bara
Dusun Kartini | *Medan Batu Bara Dusun Kartini Marketing Office*
Dusun II Desa Titi Payung, Kecamatan Air Putih,
Kabupaten Batu Bara

Pematangsiantar

Kantor Pemasaran Mandiri Pematangsiantar |
Pematangsiantar Marketing Office
Jl. Ade Irma Suryani nomor 36A, Kelurahan Melayu,
Kecamatan Siantar Utara, Kota Pematangsiantar

Kantor Pemasaran Mandiri Pematangsiantar |
Pematangsiantar Marketing Office
Jl. Sangnawuluh, Komplek Megaland Blok A nomor
3A-5, Kelurahan Siopat Suhu, Kecamatan Siantar
Timur, Kota Pematangsiantar

Sumatra Barat *West Sumatra*

Padang

Kantor Pemasaran Mandiri Padang | *Padang Marketing Office*
Jl. Ujung Gurun No.149 B, Kelurahan Ujung Gurun,
Kecamatan Padang Barat, Padang

Sumatra Selatan South Sumatra

Pagar Alam

Kantor Pemasaran Mandiri Palembang – Pagar Alam | *Palembang Marketing Office – Pagar Alam*
Jl. Kombes H. Umar nomor 1, RT 14, RW 04,
Kelurahan Besemah Serasan, Kecamatan Pagar
Alam Selatan, Pagar Alam

Pekanbaru

Kantor Pemasaran Mandiri Pekanbaru | *Pekanbaru Marketing Office*
Jl. T. Tambusai Nomor 10-11, RT. 004, RW. 009,
Kelurahan Labuhbaru Barat, Kecamatan Payung
Sekaki, Pekanbaru

Riau

Rokan Hilir

Kantor Pemasaran Mandiri Pekanbaru | *Pekanbaru Marketing Office*
Jl. Jend. Sudirman, Kelurahan Bagan Batu Kota,
Kecamatan Bagan Sinembah, Kabupaten Rokan
Hilir

Jambi

Jambi

Kantor Pemasaran Mandiri Jambi - Sungai Asam | *Jambi Marketing Office – Sungai Asam*
Jl. Makalam No. 27-28, RT. 020, RW. 03, Kelurahan
Sungai Asam, Kecamatan Pasar Jambi, Jambi

Kepulauan Riau Riau Islands

Tanjung Pinang

Kantor Pemasaran Mandiri Tanjung Pinang | *Tanjung Pinang Marketing Office*
Jl. D.I. Panjaitan No. 88 C RT 5 RW 8, Kelurahan
Melayu Kota Piring, Kecamatan Tanjung Pinang,
Tanjung Pinang

Batam

Kantor Pemasaran Mandiri Batam | *Batam Marketing Office*
Ruko The Summer Blok A2 nomor 06, 07 dan 08,
Jl. Raja Isa Batam Center, Kelurahan Teluk Tering,
Kecamatan Batam, Kota Batam

Lampung

Bandar Lampung

Kantor Pemasaran Mandiri Bandar Lampung | *Bandar Lampung Marketing Office*
Buss Lampung Patimura Teluk Betung
Jl. Patimura No. 5 Kelurahan Gunung Mas,
Kecamatan Teluk Betung Utara, Bandar Lampung

Kalimantan

Kalimantan Barat West Kalimantan

Singkawang

Kantor Pemasaran Mandiri Singkawang - Ratu Sepudak | *Singkawang Marketing Office – Ratu Sepudak*
Jl. Ratu Sepudak RT.005/RW.004, Kelurahan
Sungai Garam Hilir, Kecamatan Singkawang Utara,
Singkawang

Pontianak

Kantor Pemasaran Mandiri Pontianak | *Pontianak Marketing Office*
Komplek Ruko Mega Mall Blok G No. 18,
Jl. A Pontianak 1, Pontianak

Ketapang

Kantor Pemasaran Mandiri Ketapang – Katamso | *Ketapang Marketing Office – Katamso*
Jl. Brigjen Katamso, Kelurahan Sukaharja,
Kecamatan Delta Pawan, Kabupaten Ketapang

Kalimantan Selatan South Kalimantan

Banjarmasin

Kantor Pemasaran Mandiri Banjarmasin | *Banjarmasin Marketing Office*
Jl. A. Yani Km 2 No. 5, Rt. 17, Kelurahan Sungai Baru,
Banjarmasin

Kantor Pemasaran Mandiri Banjarmasin | *Banjarmasin Marketing Office*
Jl. Pangeran Samudra No. 16, Banjarmasin

Kalimantan Tengah Central Kalimantan

Palangkaraya

Kantor Pemasaran Mandiri Palangkaraya – Ahmad Yani | *Palangkaraya Marketing Office – Ahmad Yani*
Jl. A. Yani nomor 02, RT 03, RW 06, Kelurahan Sabaru,
Kecamatan Sabangau, Palangka Raya

Pangkalan Bun

Kantor Pemasaran Mandiri Pangkalan Bun | *Pangkalan Bun Marketing Office*
Jl. A. Yani KM. 1, RT. 12, RW. IV, Kelurahan Baru,
Kecamatan Arut Selatan, Kabupaten Kotawaringin Barat

Kantor Pemasaran Mandiri Pangkalan Bun | *Pangkalan Bun Marketing Office*
Jl. Utama Pasir Panjang Nomor 10 RT 10, Desa Pasir Panjang Kecamatan Arut Selatan, Kabupaten Kotawaringin Barat

Kalimantan Timur East Kalimantan

Samarinda

Kantor Pemasaran Mandiri Samarinda | *Samarinda Marketing Office*
Jl. Bukit Alaya, Ruko Alaya Blok LE nomor 20,
Kelurahan Sungai Pinang Dalam, Kecamatan Sungai Pinang, Kota Samarinda

Balikpapan

Kantor Pemasaran Mandiri Balikpapan | *Balikpapan Marketing Office*
Ruhui Rahayu Jl. Ruhui Rahayu nomor 143, RT. 54,
Kelurahan Gunung Bahagia, Kecamatan Balikpapan Selatan, Kota Balikpapan

Kantor Pemasaran Mandiri Bontang
Hotel Bintang Sintuk | *Bontang Hotel Bintang Sintuk Marketing Office*

Kantor Pemasaran Mandiri Barito Timur | *East Barito Marketing Office*
Jl. Jend. Ahmad Yani KM 3, Kel. Tamiang Layang,
Kec. Dusun Timur, Kab. Barito Timur, Kalimantan Timur

Kalimantan Utara North Kalimantan

Tarakan

Kantor Pemasaran Mandiri Tarakan | *Tarakan Marketing Office*
Jl. WR Supratman, RT 45 No.06, Mulawarman, Tarakan

Sulawesi dan Kepulauan Maluku | Sulawesi and Maluku Islands

Sulawesi Utara North Sulawesi

Manado

Kantor Pemasaran Mandiri Manado | *Manado Marketing Office*
Jl. Piere Tendean Boulevard, Ruko Mega Bright Blok 1 E Nomor 10, Kecamatan Sario, Manado

Sulawesi Selatan South Sulawesi

Makassar

Kantor Pemasaran Mandiri Sulawesi Selatan | *South Sulawesi Marketing Office*
Ruko Business Park Citraland City, Losari CPI Blok B1 No.5 Kecamatan Mamajang, Makassar

Gorontalo

Gorontalo

Kantor Pemasaran Mandiri Gorontalo | *Gorontalo Marketing Office*
Jl. Sultan Botutihe Ruko Mall Gorontalo Blok A.8,
Kelurahan Heledulaa Selatan, Kecamatan Kota Timur, Gorontalo

Maluku

Ambon

Kantor Pemasaran Mandiri Ambon | *Ambon Marketing Office*
Jl. Said Perintah nomor 55 C, RT. 003, RW. 02,
Kelurahan Ahusen, Kecamatan Sirimau, Ambon

Papua

Papua

Jayapura

Kantor Pemasaran Mandiri Jayapura | *Jayapura Marketing Office*
Kompleks Ruko Pasifik Permai Blok H-9 Dok II, Jayapura

Papua Barat West Papua

Manokwari

Kantor Pemasaran Mandiri Manokwari – Papua Barat | *Manokwari Marketing Office – West Papua*
Jl. Trikora Wosi. RT/RW:001/005, Manokwari Barat, Manokwari

Papua Selatan South Papua

Merauke

Kantor Pemasaran Mandiri Merauke | *Merauke Marketing Office*
Jl. Garuda Spadem No. 10, Merauke

Kegiatan Usaha, Produk, dan Layanan [OJK C.4] [GRI 2-6]

Business Activities, Products, and Services

Allianz Life telah menjalankan kegiatan usaha asuransi jiwa, kesehatan, dan dana pensiun sejak tahun 1996, sesuai dengan izin usaha Nomor 513/KMK.071/1996 tanggal 16 Agustus 1996. Dengan komitmen untuk memberikan perlindungan dan layanan terbaik bagi nasabah, Perusahaan terus memperluas jangkauan layanan melalui berbagai kanal distribusi, termasuk keagenan, bancassurance, serta kanal digital.

Dalam pengembangan produk, Allianz Life menyediakan berbagai solusi perlindungan yang mencakup asuransi jiwa, asuransi kesehatan, serta produk asuransi yang dikaitkan dengan investasi (PAYDI/unit link). Produk-produk ini dirancang untuk memberikan perlindungan menyeluruh sekaligus mendukung perencanaan keuangan jangka panjang bagi nasabah.

Seiring dengan perkembangan kebutuhan masyarakat, Perusahaan terus berinovasi dalam menghadirkan produk yang relevan dan fleksibel. Pada tahun 2025, Allianz Life memperkenalkan berbagai inovasi, termasuk produk kesehatan fleksibel seperti Allianz Flexi Medical Plan yang memberikan manfaat perlindungan komprehensif serta layanan tambahan berupa konsultasi kesehatan digital. Selain itu, Perusahaan juga meluncurkan produk asuransi jiwa baru, seperti MyProtection Future dan MyProtection Simple, yang menawarkan kemudahan akses, fleksibilitas manfaat, serta proses pembelian secara digital.

Selain itu, Perusahaan juga memperluas solusi perlindungan melalui kanal bancassurance dengan menghadirkan berbagai produk yang dikembangkan bersama mitra perbankan, guna menjangkau kebutuhan nasabah secara lebih luas dan terintegrasi.

Sebagai bentuk penguatan tata kelola dan perlindungan konsumen, Allianz Life Indonesia juga senantiasa memastikan informasi produk disampaikan secara jelas, termasuk dengan menunjukkan tingkat risiko produk unit-linked dan memberikan penjelasan yang mudah dipahami kepada calon pemegang polis sesuai ketentuan SEOJK Nomor 5/SEOJK.05/2022 tentang PAYDI, serta meningkatkan sosialisasi dan edukasi bagi nasabah maupun tenaga pemasar.

Allianz Life has been engaged in life insurance, health insurance, and pension fund businesses since 1996, in accordance with its business license No. 513/KMK.071/1996 dated August 16, 1996. In line with its commitment to providing optimal protection and services, the Company continues to expand its reach through multiple distribution channels, including agency, bancassurance, and digital platforms.

In product development, Allianz Life offers a comprehensive range of protection solutions, including life insurance, health insurance, and investment-linked insurance products (unit-linked/PAYDI). These products are designed to provide comprehensive protection while supporting long-term financial planning for customers.

In response to evolving customer needs, the Company continues to innovate by introducing relevant and flexible solutions. In 2025, Allianz Life launched several innovations, including flexible health protection products such as Allianz Flexi Medical Plan, which offers comprehensive benefits along with additional services such as digital health consultations. The Company also introduced new life insurance products, such as MyProtection Future and MyProtection Simple, which provide ease of access, flexible benefits, and fully digital purchasing processes.

In addition, the Company continues to expand its protection solutions through bancassurance channels by offering products developed in collaboration with banking partners, enabling broader and more integrated customer reach.

As a form of strengthening governance and consumer protection, Allianz Life Indonesia also ensures that product information is conveyed clearly, including by indicating the risk level of unit-linked products and providing easy-to-understand explanations to prospective policyholders in accordance with SEOJK No. 5/SEOJK.05/2022 on PAYDI, as well as increasing socialization and education for customers and marketers.

Produk Perusahaan [OJK C.4]

Company Products



Asuransi Jiwa Individu Individual Life Insurance

▲ Lajang Single
■ Keluarga Muda Young Family
● Keluarga Mapan Well-Established Family

SMARTLINK PROTECTION PLUS

- Aset Kekayaan
- Pendidikan
- Pensiun
- Proteksi Kesehatan
- Warisan
- Wealth Asset
- Education
- Pension
- Health Protection
- Inheritance



ALLIANZ PASTI

- Proteksi Kesehatan
- Warisan
- Health Protection
- Inheritance



ALLIANZ LEGACY PRO

- Warisan
- Inheritance



ASURANSI ALLIANZ FUTURE INCOME

- Aset Kekayaan
- Dana Tunai Tahunan
- Pendidikan
- Pensiun
- Warisan
- Wealth Asset
- Annual Cash Fund
- Education
- Pension
- Inheritance



Asuransi Penyakit Kritis Critical Illness Insurance

▲ Lajang Single
■ Keluarga Muda Young Family
● Keluarga Mapan Well-Established Family

ALLIANZ CRITICAL PLUS

- Proteksi Penyakit Kritis
- Critical Illness Protection





**Bancassurance
Bank SMBC Indonesia**



Lajang
Single



Keluarga Muda
Young Family



Keluarga Mapan
Well-Established Family

GUARDIA PRIMA

- Aset Kekayaan
- Pendidikan
- Pensiun
- Proteksi Kesehatan
- Warisan
- *Wealth Asset*
- *Education*
- *Pension*
- *Health Protection*
- *Inheritance*



GUARDIA PASTI

- Proteksi Kesehatan
- Warisan
- *Health Protection*
- *Inheritance*



GUARDIA OPTIMA

- Aset Kekayaan
- *Wealth Asset*



GUARDIA LEGACY

- Warisan
- *Inheritance*



GUARDIA MAXIMA

- Aset Kekayaan
- Pendidikan
- Warisan
- *Wealth Asset*
- *Education*
- *Pension*
- *Inheritance*



GUARDIA ULTIMA

- Aset Kekayaan
- Pendidikan
- Pensiun
- Warisan
- *Wealth Asset*
- *Education*
- *Pension*
- *Inheritance*



GUARDIA PINTAR

- Aset Kekayaan
- Pendidikan
- Warisan
- *Wealth Asset*
- *Education*
- *Inheritance*



Bancassurance Bank BJB



Lajang
Single



Keluarga Muda
Young Family



Keluarga Mapan
Well-Established Family

ALLIANZ WEALTHLINK PROTECTION LIFE

- Aset Kekayaan
- Pendidikan
- Pensiun
- Proteksi Kesehatan
- Warisan
- *Wealth Asset*
- *Education*
- *Pension*
- *Health Protection*
- *Inheritance*



ALLIANZ WEALTHLINK SUPREME LIFE

- Aset Kekayaan
- Pendidikan
- Pensiun
- Warisan
- *Wealth Asset*
- *Education*
- *Pension*
- *Inheritance*



ALLIANZ LIFE SECURE PINTAR

- Aset Kekayaan
- Pendidikan
- Warisan
- *Wealth Asset*
- *Education*
- *Inheritance*





Bancassurance Bank OCBC

▲ Lajang
Single

■ Keluarga Muda
Young Family

● Keluarga Mapan
Well-Established Family

ALLIANZ WEALTHLINK PRESTIGE LIFE II

- Aset Kekayaan
- Pendidikan
- Pensiun
- Warisan
- *Wealth Asset*
- *Education*
- *Pension*
- *Inheritance*



ALLIANZ LIFE SECURE PASTI

- Proteksi Kesehatan
- Warisan
- *Health Protection*
- *Inheritance*



ALLIANZ LIFE SECURE PINTAR

- Aset Kekayaan
- Pendidikan
- Warisan
- *Wealth Asset*
- *Education*
- *Inheritance*



ALLIANZ LIFE LEGACYPRO

- Warisan
- *Inheritance*



ALLIANZ ASSETLINK OPTIMA

- Aset Kekayaan
- *Wealth Asset*



Bancassurance Bank HSBC

▲ Lajang
Single

■ Keluarga Muda
Young Family

● Keluarga Mapan
Well-Established Family

PROTECT INVEST PLUS

- Aset Kekayaan
- Pendidikan
- Pensiun
- Proteksi Kesehatan
- Warisan
- *Wealth Asset*
- *Education*
- *Pension*
- *Health Protection*
- *Inheritance*



SIGNATURE WEALTH ASSURANCE

- Aset Kekayaan
- Pendidikan
- Pensiun
- Warisan
- *Wealth Asset*
- *Education*
- *Pension*
- *Inheritance*



PREMIER PLAN ASSURANCE

- Aset Kekayaan
- *Wealth Asset*



SMARTPROTECTION HSBC

- Perlindungan Kredit
- *Credit Protection*



PRIME LIFE ASSURANCE

- Warisan
- *Inheritance*



FUTURE CARE

- Pensiun
- *Pension*



ULTIMA WEALTH ASSURANCE

- Aset Kekayaan
- *Wealth Asset*



SMARTPROTECTION LEVEL TERM

- Perlindungan Kredit
- *Credit Protection*



PREMIER LEGACY ASSURANCE

- Warisan
- *Inheritance*



PROTECTION PINTAR ASSURANCE

- Aset Kekayaan
- Pendidikan
- Warisan
- *Wealth Asset*
- *Education*
- *Inheritance*



COLLEGE CARE

- Pendidikan
- *Education*



JOINT LIFE CARE

- Warisan
- *Inheritance*



OPTIMA PROTECTION ASURANSI PASTI

- Proteksi Kesehatan
- Warisan
- *Health Protection*
- *Inheritance*



INCOME PAYOUT PROTECTOR

- Aset Kekayaan
- Pensiun
- *Wealth Asset*
- *Pension*



PREMIER HERITAGE ASSURANCE

- Warisan
- *Inheritance*





Bancassurance Bank QNB

▲ Lajang Single ■ Keluarga Muda Young Family ● Keluarga Mapan Well-Established Family

ALLIANZ WEALTHLINK PROTECTION LIFE

- Aset Kekayaan
- Pendidikan
- Pensiun
- Proteksi Kesehatan
- Warisan
- *Wealth Asset*
- *Education*
- *Pension*
- *Health Protection*
- *Inheritance*



ALLIANZ ASSETLINK OPTIMA

- Aset Kekayaan
- *Wealth Asset*



ALLIANZ LIFE SECURE PINTAR

- Aset Kekayaan
- Pendidikan
- Warisan
- *Wealth Asset*
- *Education*
- *Inheritance*



ALLIANZ WEALTHLINK PRESTIGE LIFE II

- Aset Kekayaan
- Pendidikan
- Pensiun
- Warisan
- *Wealth Asset*
- *Education*
- *Pension*
- *Inheritance*



ALLIANZ LIFE LEGACYPRO

- Warisan
- *Inheritance*



FIRST LIFE PASTI

- Proteksi Kesehatan
- Warisan
- *Health Protection*
- *Inheritance*



Bancassurance Bank Maybank

▲ Lajang Single ■ Keluarga Muda Young Family ● Keluarga Mapan Well-Established Family

MYPROTECTION PRIMA II

- Aset Kekayaan
- Pendidikan
- Pensiun
- Proteksi Kesehatan
- Warisan
- *Wealth Asset*
- *Education*
- *Pension*
- *Health Protection*
- *Inheritance*



MYPROTECTION JIWAGARDA

- Warisan
- *Inheritance*



MYPROTECTION SUPREME II

- Aset Kekayaan
- Pendidikan
- Pensiun
- Warisan
- *Wealth Asset*
- *Education*
- *Pension*
- *Inheritance*



MYPROTECTION CASH PLAN

- Santunan Tunai Harian
- *Daily Cash Benefit*



EAZY MEDICASH

- Santunan Tunai Harian
- Manfaat Pembedaahan
- *Daily Cash Benefit*
- *Surgery Benefit*



MYPROTECTION INVESTA II

- Aset Kekayaan
- *Wealth Asset*



MYPROTECTION PASTI

- Proteksi Kesehatan
- Warisan
- *Health Protection*
- *Inheritance*



MYPROTECTION SIMPLE

- Warisan
- *Inheritance*



MYPROTECTION BIJAK II

- Aset Kekayaan
- Pendidikan
- Pensiun
- Proteksi Kesehatan
- Warisan
- *Wealth Asset*
- *Education*
- *Pension*
- *Health Protection*
- *Inheritance*



MYPROTECTION GROWTH

- Aset Kekayaan
- *Wealth Asset*



MYPROTECTION JIWASIAGA

- Warisan
- *Inheritance*



MYPROTECTION PINTAR

- Aset Kekayaan
- Pendidikan
- Warisan
- *Wealth Asset*
- *Education*
- *Inheritance*



MYPROTECTION INFINITE II

- Aset Kekayaan
- Pendidikan
- Warisan
- *Wealth Asset*
- *Education*
- *Pension*
- *Inheritance*



MYPROTECTION FUTURE

- Warisan
- *Inheritance*



MYPROTECTION LEGACY

- Warisan
- *Inheritance*



EAZY PROLIFE

- Proteksi Kesehatan
- Warisan
- *Health Protection*
- *Inheritance*



PRIME MEDICAL PROTECTION

- Proteksi Kesehatan
- *Health Protection*





Bancassurance Bank CTBC

▲ Lajang
Single

■ Keluarga Muda
Young Family

● Keluarga Mapan
Well-Established Family

ALLIANZ WEALTHLINK PROTECTION LIFE

- Aset Kekayaan
- Pendidikan
- Pensiun
- Proteksi Kesehatan
- Warisan
- *Wealth Asset*
- *Education*
- *Pension*
- *Health Protection*
- *Inheritance*

ALLIANZ LIFE LEGACY PRO

- Warisan
- *Inheritance*

ALLIANZ ASSETLINK OPTIMA

- Aset Kekayaan
- *Wealth Asset*

ALLIANZ LIFE SECURE PINTAR

- Aset Kekayaan
- Pendidikan
- Warisan
- *Wealth Asset*
- *Education*
- *Inheritance*

ALLIANZ WEALTHLINK SUPREME LIFE

- Aset Kekayaan
- Pendidikan
- Pensiun
- Warisan
- *Wealth Asset*
- *Education*
- *Pension*
- *Inheritance*



Bancassurance Bank HANA

▲ Lajang
Single

■ Keluarga Muda
Young Family

● Keluarga Mapan
Well-Established Family

ALLIANZ WEALTHLINK PROTECTION LIFE

- Aset Kekayaan
- Pendidikan
- Pensiun
- Proteksi Kesehatan
- Warisan
- *Wealth Asset*
- *Education*
- *Pension*
- *Health Protection*
- *Inheritance*

ALLIANZ LIFE SECURE PASTI

- Proteksi Kesehatan
- Warisan
- *Health Protection*
- *Inheritance*

ALLIANZ LIFE LEGACYPRO

- Warisan
- *Inheritance*

ALLIANZ LIFE SECURE PINTAR

- Aset Kekayaan
- Pendidikan
- Warisan
- *Wealth Asset*
- *Education*
- *Inheritance*



Bancassurance Bank VICTORIA

▲ Lajang
Single

■ Keluarga Muda
Young Family

● Keluarga Mapan
Well-Established Family

ALLIANZ LIFE SECURE PASTI

- Proteksi Kesehatan
- Warisan
- *Health Protection*
- *Inheritance*

ALLIANZ LIFE SECURE PINTAR

- Aset Kekayaan
- Pendidikan
- Warisan
- *Wealth Asset*
- *Education*
- *Inheritance*

ALLIANZ WEALTHLINK PROTECTION LIFE

- Aset Kekayaan
- Pendidikan
- Pensiun
- Proteksi Kesehatan
- Warisan
- *Wealth Asset*
- *Education*
- *Pension*
- *Health Protection*
- *Inheritance*

ALLIANZ LIFE LEGACYPRO

- Warisan
- *Inheritance*

ALLIANZ ASSETLINK OPTIMA

- Aset Kekayaan
- *Wealth Asset*

ALLIANZ WEALTHLINK SUPREME LIFE

- Aset Kekayaan
- Pendidikan
- Pensiun
- Warisan
- *Wealth Asset*
- *Education*
- *Pension*
- *Inheritance*



Bancassurance Bank Woori Saudara 1906

▲ Lajang Single ■ Keluarga Muda Young Family ● Keluarga Mapan Well-Established Family

EAZY PROLIFE

- Proteksi Kesehatan • Health Protection
- Warisan • Inheritance

EAZY MEDICASH

- Santunan Tunai Harian • Daily Cash Benefit
- Manfaat Pembedahaan • Surgery Benefit



**Asuransi Kesehatan Individu
Individual Health Insurance**

▲ Lajang Single ■ Keluarga Muda Young Family ● Keluarga Mapan Well-Established Family

SMARTHEALTH MAXI VIOLET

- Rawat Inap • Hospitalization
- Rawat Jalan Terkait Rawat Inap • Outpatient Related to Hospitalization
- Rawat Jalan • Outpatient
- Gigi • Health Protection
- Kehamilan, Persalinan, dan Nifas • Inheritance
- Evakuasi dan Asistensi Medis • Pregnancy, Pre and Post Birth
- Evakuasi dan Asistensi Medis • Evacuation and Medical Assistance

SMARTCARE PROTECTION

- Santunan Tunai Harian • Daily Cash Benefit

SMARTGUARD PROTECTION

- Santunan Tunai Harian • Daily Cash Benefit

MYPROTECTION ULTIMED

- Rawat Inap • Hospitalization
- Rawat Jalan Terkait Rawat Inap • Outpatient Related to Hospitalization
- Rawat Jalan • Outpatient
- Gigi • Health Protection
- Kehamilan, Persalinan, dan Nifas • Inheritance
- Kehamilan, Persalinan, dan Nifas • Pregnancy, Pre and Post Birth

BUKAPROTEKSI DIRI

- Santunan Tunai Harian • Daily Cash Benefit

Santunan harian apabila rawat inap
Daily compensation if hospitalized

ALLIANZ FLEXI MEDICAL

- Rawat Inap • Hospitalization
- Rawat Jalan Terkait Rawat Inap • Outpatient Related to Hospitalization
- Santunan Tunai Harian • Daily Cash Benefit
- Manfaat Pembedahaan • Surgery Benefit
- Santunan Meninggal Dunia • Death Benefit

eAZy HEALTH

- Rawat Inap • Hospitalization
- Rawat Jalan Terkait Rawat Inap • Outpatient Related to Hospitalization
- Rawat Jalan • Outpatient

MYPROTECTION CASH PLAN

- Santunan Tunai Harian • Daily Cash Benefit

CI CARE PROTECTION

- Proteksi Penyakit Kritis • Critical Illness
- Proteksi Penyakit Kritis • Critical Illness

EAZY MEDICASH

- Santunan Tunai Harian • Daily Cash Benefit
- Manfaat Pembedahaan • Surgery Benefit



Rider Asuransi Kesehatan

Health Insurance Rider

▲ Lajang Single ■ Keluarga Muda Young Family ● Keluarga Mapan Well-Established Family

FLEXI CI • Comprehensive ▲ ■ ● ● ● ● ● ●	CI 100* • Complete ▲ ■ ● ● ● ● ● ●	HOSPITAL & SURGICAL CARE PLUS • Manfaat Tambahan • <i>Additional Benefit</i> • Rawat Inap • <i>Hospitalization</i> • Rawat Jalan Terkait Rawat Inap • <i>Outpatient Related to Hospitalization</i> ▲ ■ ●	MEDICAL ASSISTANCE • Evakuasi dan Asistensi Medis • <i>Evacuation and Medical Assistance</i> ▲ ■ ●
CI PLUS* • Major ▲ ■ ● ● ● ● ● ●	CI ACCELERATED* • Major ▲ ■ ● ● ● ● ● ●	SMARTMED CANCER • Rawat Inap • <i>Hospitalization</i> • Rawat Jalan Terkait Rawat Inap • <i>Outpatient Related to Hospitalization</i> ▲ ■ ●	EAZY MEDI PRO • Rawat Inap • <i>Hospitalization</i> • Bedah di Rumah Sakit • <i>Surgical in Hospital</i> ▲ ■ ●
EAZY CI PRO • Basic ▲ ●		PRIME MEDICAL PROTECTION • Manfaat Tambahan • <i>Additional Benefit</i> • Rawat Inap • <i>Hospitalization</i> • Rawat Jalan Terkait Rawat Inap • <i>Outpatient Related to Hospitalization</i> • Evakuasi dan Asistensi Medis • <i>Evacuation and Medical Assistance</i> ■ ●	Status Penyakit Kritis Critical Illness Stage ● Advanced ● Intermediate ● Early Cakupan Penyakit Kritis Critical Illness Coverage Comprehensive : Coverage Up To 168 CI Condition Complete : Coverage Up To 100 CI Condition Major : Coverage Up To 49 CI Condition Basic : Coverage Up To 4 CI Condition
FLEXICARE FAMILY • Rawat Inap • <i>Hospitalization</i> • Bedah Rumah Sakit • <i>Surgical Hospital</i> ▲ ●			

*)Didistribusikan hanya melalui channel bancassurance
Distributed only through bancassurance channel



Rider Asuransi Non Kesehatan

Non Health Insurance Rider

▲ Lajang Single ■ Keluarga Muda Young Family ● Keluarga Mapan Well-Established Family

PAYOR & SPOUSE PAYOR PROTECTION • Perlindungan Pembayaran Premi • <i>Premium Payment Protection</i> ▲ ■ ●	PAYOR & SPOUSE PAYOR BENEFIT • Perlindungan Pembayaran Premi • <i>Premium Payment Protection</i> ▲ ■ ●	ACCIDENTAL DEATH & DISABLEMENT BENEFIT • Perlindungan Cacat Tetap Total • <i>Total Permanent Disability Protection</i> • Warisan • <i>Inheritance</i> ▲ ■ ●
TERM LIFE • Warisan • <i>Inheritance</i> ▲ ■ ●	PAYOR CI77 • Perlindungan Pembayaran Premi • <i>Premium Payment Protection</i> ▲ ■ ●	TOTAL PERMANENT DISABILITY & TOTAL PERMANENT DISABILITY ACCELERATED • Perlindungan Cacat Tetap Total • <i>Total Permanent Disability Protection</i> ▲ ■ ●
RIDER PAYOR EARLY CI • Perlindungan Pembayaran Premi • <i>Premium Payment Protection</i> ▲ ■ ●		



Asuransi Jiwa Mikro
Micro Life Insurance

SEKOCI/SEKOCI AMANA

SEKOCI/SEKOCI AMANA

Kanal Distribusi:
Distribution Channel:
Lifepal, Invissee, Pede, Digital

- Meninggal Dunia
- Dapat Dimiliki Secara Terpisah
- *Death*
- *Can Be Obtained Individually*

PAYUNG KELUARGA

PAYUNG KELUARGA

Kanal Distribusi:
Distribution Channel:
Lifepal, Invissee, Pede, Digital

- Harus Bersama dengan Pinjaman
- Sisa Cicilan Pinjaman
- *Required with Loan*
- *Remaining Loan Installment*

Asuransi Jiwa Kredit

Credit Life Insurance

Bancassurance SMBCI

SmartProtection SMBCI Purnabakti	KTA	1. Perlindungan dana pinjaman multiguna 2. Manfaat asuransi tetap 3. Usia produktif	1. <i>Multipurpose loan fund protection</i> 2. <i>Permanent insurance benefits</i> 3. <i>Productive age</i>
-------------------------------------	-----	---	---

Bancassurance CIMB Niaga

SmartProtection KTA	KTA	1. Perlindungan dana pinjaman multiguna 2. Manfaat asuransi mengikuti sisa pinjaman 3. Usia produktif	1. <i>Multipurpose loan fund protection</i> 2. <i>Benefits following the remaining loan</i> 3. <i>Productive age</i>
------------------------	-----	---	--

Bancassurance HSBC

SmartProtection Mortgage	KPR	1. Perlindungan pembiayaan rumah 2. Manfaat asuransi mengikuti sisa pinjaman 3. Usia produktif	1. <i>Home Mortgage Protection</i> 2. <i>Insurance Benefits Following the Remaining Loan</i> 3. <i>Productive Age</i>
-----------------------------	-----	--	---

Bancassurance Bank Mandiri Taspen

SmartProtection Purna Bank Mantap	KTA	1. Perlindungan dana pinjaman multiguna 2. Manfaat asuransi mengikuti sisa pinjaman 3. Usia pensiun	1. <i>Multipurpose loan fund Protection</i> 2. <i>Insurance Benefits Following the Remaining Loan</i> 3. <i>Retirement age</i>
Bank Mantap Pre Retiree (Level Term)	KTA	1. Perlindungan dana pinjaman multiguna 2. Manfaat tetap 3. Usia menjelang pensiun	1. <i>Multipurpose loan funds protection</i> 2. <i>Fixed benefits</i> 3. <i>Age approaching retirement</i>
Bank Mantap Pre Retiree (Combined)	KTA	1. Perlindungan dana pinjaman multiguna 2. Manfaat mengikuti sisa pinjaman 3. Usia menjelang pensiun	1. <i>Multipurpose loan funds protection</i> 2. <i>Benefits following the remaining loan</i> 3. <i>Age approaching retirement</i>
Bank Mantap Active Employee	KTA	1. Perlindungan dana pinjaman multiguna 2. Manfaat mengikuti sisa pinjaman 3. Usia produktif	1. <i>Multipurpose loan funds protection</i> 2. <i>Benefits following the remaining loan</i> 3. <i>Productive age</i>

Bancassurance Maybank

SmartProtection (Maybank)	KPR	1. Perlindungan pembiayaan rumah 2. Manfaat asuransi mengikuti sisa pinjaman 3. Usia produktif	1. <i>Home Mortgage Protection</i> 2. <i>Insurance Benefits Following the Remaining Loan</i> 3. <i>Productive age</i>
Maybank Credit Shield	Credit Shield	1. Perlindungan tagihan kartu kredit 2. Usia produktif	1. <i>Credit card bill protection</i> 2. <i>Productive age</i>

Bancassurance Bank Mestika

SmartProtection KPR Bank Mestika	KPR	1. Perlindungan pembiayaan rumah 2. Manfaat asuransi mengikuti sisa pinjaman 3. Usia produktif	1. <i>Home Mortgage Protection</i> 2. <i>Insurance Benefits Following the Remaining Loan</i> 3. <i>Productive age</i>
-------------------------------------	-----	--	---

Employee Benefit

Employee Benefit

SmartHealth Classic Premier	Kumpulan Group	1. Perlindungan kesehatan kumpulan 2. Karyawan dan keluarga 3. Usia produktif	1. Group health protection 2. Employees and families 3. Productive age
SmartHealth Blue Sapphire	Kumpulan Group	1. Perlindungan kesehatan kumpulan 2. Karyawan dan keluarga 3. Usia produktif	1. Group health protection 2. Employees and families 3. Productive age
Smart Protection Group Term Life Plus	Kumpulan Group	1. Perlindungan jiwa kumpulan 2. Karyawan dan keluarga 3. Usia produktif	1. Group life protection 2. Employees and families 3. Productive age
Smart Protection Group Personal Accident Plus	Kumpulan Group	1. Perlindungan dari kecelakaan kumpulan 2. Karyawan dan keluarga 3. Usia produktif	1. Group protection from accident 2. Employees and families 3. Productive age
SmartHealth Enterprise	Kumpulan Group	1. Perlindungan kesehatan kumpulan 2. Karyawan dan keluarga 3. Usia produktif	1. Group health protection 2. Employees and families 3. Productive age
Smartlink Group Savings	Kumpulan Group	1. Perlindungan jiwa kumpulan 2. Unit link 3. Usia produktif	1. Group life protection 2. Unit link 3. Productive age

Digital, Bancassurance & Mikro

Digital, Bancassurance & Mikro

Sekoci	Mikro <i>Micro</i>	1. Manfaat asuransi jiwa 2. Usia produktif	1. <i>Life insurance benefit</i> 2. <i>Productive age</i>
MyProtection Cash Plan	Individu <i>Individual</i>	1. Manfaat asuransi kesehatan 2. Usia produktif	1. <i>Health insurance benefit</i> 2. <i>Productive age</i>
eAZy Health	Individu <i>Individual</i>	1. Manfaat asuransi kesehatan 2. Usia produktif	1. <i>Health insurance benefit</i> 2. <i>Productive age</i>
eAZy Prolife	Individu <i>Individual</i>	1. Manfaat asuransi jiwa 2. Usia produktif	1. <i>Life insurance benefit</i> 2. <i>Productive age</i>
MyProtection Simple	Individu <i>Individual</i>	1. Manfaat Asuransi Jiwa 2. Usia produktif	1. <i>Life insurance benefit</i> 2. <i>Productive age</i>
Payung Keluarga	Kumpulan <i>Group</i>	1. Perlindungan dana pinjaman multiguna 2. Manfaat asuransi tetap 3. Usia produktif	1. <i>Multipurpose loan funds protection</i> 2. <i>Permanent insurance benefits</i> 3. <i>Productive age</i>

Pelayanan Tenaga Pemasar

Services to Sales Force

Allianz Life Indonesia berkomitmen memberikan layanan terbaik bagi setiap nasabah. Untuk mendukung komitmen tersebut, Perusahaan membekali seluruh agen dengan keterampilan dan kompetensi yang dibutuhkan agar mampu menjadi tenaga pemasar yang profesional dan terpercaya. Berbagai inisiatif berikut dijalankan untuk mendukung produktivitas dan kualitas layanan tenaga pemasar.

Allianz Discover

Allianz Discover dirancang untuk membantu agen mendiskusikan kebutuhan asuransi nasabah serta menyusun ilustrasi produk. Sejak diluncurkan pada 2015, platform ini terus dikembangkan berdasarkan masukan agen agar semakin mudah diakses pada saat pengajuan aplikasi asuransi. Melalui platform ini, nasabah dapat memperoleh perlindungan dalam waktu singkat setelah mengirimkan data secara *online* dan memilih opsi pengiriman polis melalui email.

Untuk memperkuat Allianz Discover, Perusahaan juga mengimplementasikan Expert Underwriting System (EUS) yang mengotomatisasi proses *underwriting* dan pengambilan keputusan secara *online* dan *real-time*. Kehadiran EUS mempercepat persetujuan aplikasi, sekaligus meningkatkan efisiensi tenaga pemasar dan menghadirkan pengalaman yang lebih cepat dan nyaman bagi calon nasabah.

Inspire

Seluruh *channel bancassurance* Allianz telah terintegrasi dengan Inspire, yaitu aplikasi yang mempermudah Financial Advisor dalam mengajukan polis secara elektronik. Inspire tidak hanya berfungsi sebagai *platform* pengajuan polis, tetapi juga akan dikembangkan sebagai alat manajemen aktivitas untuk mendorong produktivitas dan efisiensi tenaga pemasar.

Agent Lounge

Dengan konsep *co-working space* yang modern, Agent Lounge ditujukan untuk menunjang aktivitas bisnis para mitra bisnis. Fasilitas ini dirancang sesuai aspirasi mitra bisnis lintas generasi, dilengkapi *free Wi-Fi* serta ruang pertemuan dan pelatihan untuk mendukung kolaborasi dan pembelajaran berkelanjutan.

Allianz Life Indonesia is committed to providing the best service to every customer. To support this commitment, we equip all agents with the skills and competencies needed to be a trusted sales force. The following initiatives are implemented to support the productivity and service quality of our sales force.

Allianz Discover

Allianz Discover is designed to support our agents in discussing the needs of customers and creating sales illustrations for insurance products. Since its launch in 2015, the platform has been developed based on feedback from agents to provide easier access for application submission. Through this platform, customers can enjoy insurance protection in minutes after submitting their information online and receiving their policy back through email.

To support Allianz Discover, the Company has also implemented the Expert Underwriting System (EUS) that automates the underwriting and decision-making process online and in real-time. The presence of EUS not only enhances the efficiency of sales agents but also provides a faster and more convenient experience for prospective customers.

Inspire

All Allianz bancassurance channels are now integrated with Inspire, an application that simplifies the electronic submission of policies for Financial Advisors. Moving forward, Inspire will not only serve as a platform for policy submissions but will also be developed into a tool for activity management to enhance the productivity and efficiency of the sales force.

Agent Lounge

With a modern concept of co-working space, the Agent Lounge is designed to support business partner activities. This facility is designed following the aspirations of cross-generational business partners, equipped with free Wi-fi as well as meeting and training rooms to support collaboration and continuous learning.

Pelayanan Nasabah

Customer Service

AllianzCare

AllianzCare hadir sebagai pusat layanan bagi nasabah Allianz Life Indonesia yang memudahkan akses informasi terkait produk, layanan, dan berbagai kebutuhan lainnya. Dengan tim yang profesional dan terlatih, AllianzCare siap melayani pemegang polis asuransi kesehatan 24 jam setiap hari melalui hotline khusus, sehingga nasabah memperoleh dukungan yang cepat dan tepat saat dibutuhkan. [OJK F.17] [GRI 417-1]

AllianzCare

AllianzCare serves as a service center for Allianz Life Indonesia customers, providing easy access to information related to products, services, and various other needs. With a professional and well-trained team, AllianzCare is ready to assist health insurance policyholders 24 hours a day through a dedicated hotline, ensuring customers receive prompt and accurate support whenever needed. [OJK F.17] [GRI 417-1]

Ruang Layanan Nasabah

Allianz Life Indonesia berkomitmen menghadirkan pengalaman terbaik melalui Ruang Layanan Nasabah (Customer Lounge) yang luas dengan konsep terbuka dan modern. Fasilitas ini dirancang untuk meningkatkan kenyamanan, didukung berbagai layanan digital agar interaksi nasabah menjadi lebih praktis dan efisien.

Customer Lounge

Allianz Life Indonesia is committed to providing the best experience for customers through the spacious Customer Lounge, designed with an open and modern concept. This facility is intended to enhance comfort, supported by various digital services to provide a more practical and efficient interaction for customers.

Sebagai bagian dari komitmen inklusivitas, Perusahaan juga menyediakan layanan dan fasilitas bagi penyandang disabilitas, termasuk area parkir khusus, akses ramp atau lift, kursi roda, ruang tunggu yang nyaman, serta area layanan yang mudah diakses (termasuk desain meja layanan yang lebih rendah). [OJK F.17]

As part of the inclusivity commitment, the Company also provides services and facilities for individuals with disabilities visiting the location, including designated parking spaces, ramp or lift access, wheelchairs, comfortable waiting areas, and easily accessible service areas (with lower service desks). [OJK F.17]

Allianz eAZy Connect

Allianz eAZy Connect memudahkan nasabah mengelola polis dan melakukan transaksi secara mandiri. Melalui platform ini, nasabah dapat memperbarui data pribadi, mengubah metode pembayaran, menambah atau mengalihkan dana investasi, serta mengakses laporan transaksi dan informasi investasi kapan saja dan di mana saja. [OJK F.17] [GRI 417-1]

Allianz eAZy Connect

Allianz eAZy Connect provides customers with the convenience of managing their policies and conducting various transactions independently. Through this platform, customers can update personal information, change payment methods, add or transfer investment funds, as well as easily access transaction reports and investment information, anytime and anywhere. [OJK F.17] [GRI 417-1]

Layanan Informasi Publik

Perusahaan menyediakan informasi publik melalui situs web resmi di allianz.co.id yang memuat informasi ringkas dan lengkap mengenai asuransi, layanan Perusahaan, serta informasi relevan lainnya bagi seluruh pemangku kepentingan. Perusahaan juga menjangkau nasabah melalui akun media sosial resmi Allianz Life Indonesia:

Public Information Service

The Company manages a corporate website at allianz.co.id which contains succinct and comprehensive information regarding all insurance, Company services, and other information relevant to all stakeholders. The Company also reaches out to its customers on social media through its official account below:



@allianzindonesia



@AllianzID



@allianzindonesia



@allianzindonesia



.04

Analisis dan Pembahasan Manajemen

Management Discussion and Analysis

Tinjauan Perekonomian 2025

2025 Economic Overview

Pada tahun 2025, perekonomian global bergerak dalam fase penyesuaian menuju normalisasi pasca periode inflasi tinggi dan kebijakan moneter ketat. Dana Moneter Internasional (IMF) memperkirakan pertumbuhan ekonomi global mencapai 3,3% pada 2025 dan terjaga di level tersebut pada 2026. Dengan tekanan yang masih datang dari ketidakpastian perdagangan, tensi geopolitik, serta perbedaan laju pemulihan antar negara. Di sejumlah negara maju, aktivitas ekonomi masih dibayangi biaya pendanaan yang tinggi dan kehati-hatian dunia usaha, sementara beberapa negara berkembang menunjukkan ketahanan yang lebih baik berkat konsumsi domestik dan perbaikan rantai pasok.

Di tengah dinamika tersebut, sejumlah bank sentral mulai mengambil langkah yang lebih akomodatif. Di Amerika Serikat, The Federal Reserve menurunkan suku bunga kebijakan dan pada Desember 2025 menetapkan target kisaran suku bunga Federal Funds Rate di level 3,50%–3,75%. Arah kebijakan yang lebih longgar ini turut memengaruhi sentimen pasar keuangan global, termasuk mendorong perbaikan selera risiko di pasar saham dan obligasi, meskipun volatilitas masih terjadi seiring risiko fiskal di beberapa negara besar serta kekhawatiran atas valuasi aset tertentu.

Di sisi domestik, perekonomian Indonesia pada 2025 menunjukkan ketahanan yang solid dengan dukungan permintaan domestik, investasi, serta kinerja eksternal yang relatif terjaga. Inflasi nasional sepanjang 2025 tercatat 2,92% (yoy) dengan inflasi Desember 2025 sebesar 0,64% (mtm), mencerminkan stabilitas harga yang tetap berada dalam rentang sasaran. Sejalan dengan stabilitas tersebut, Bank Indonesia pada akhir 2025 menurunkan suku bunga kebijakan BI-Rate/BI7DRR menjadi 4,75% serta terus memperkuat bauran kebijakan untuk menjaga stabilitas nilai tukar dan sistem keuangan.

Namun demikian, dinamika global tetap memberi tekanan pada pasar keuangan domestik. Nilai tukar rupiah pada 31 Desember 2025 tercatat di Rp16.670 per dolar AS, sehingga stabilitas pasar tetap memerlukan kebijakan yang responsif serta penguatan fundamental ekonomi. Di tengah kondisi tersebut, agenda penguatan daya saing, kelanjutan reformasi struktural, dan dukungan kebijakan fiskal yang terarah menjadi elemen penting untuk menjaga pertumbuhan yang berkelanjutan serta memperkuat ketahanan ekonomi Indonesia menghadapi potensi guncangan eksternal.

In 2025, the global economy was in a phase of adjustment towards normalization after a period of high inflation and tight monetary policy. The International Monetary Fund (IMF) estimated that global economic growth would reach 3.3% in 2025 and remain at that level in 2026. Amid continued pressure from trade uncertainty, geopolitical tensions, and differences in the pace of recovery across countries. In several developed countries, economic activity is still overshadowed by high financing costs and business caution, while several developing countries are showing greater resilience thanks to domestic consumption and improvements in supply chains.

Amid these dynamics, some central banks have begun to take more accommodative measures. In the United States, the Federal Reserve lowered its policy interest rate and, in December 2025, set a target range for the Federal Funds Rate at 3.50%–3.75%. This loose policy direction has also influenced global financial market sentiment, including encouraging improved risk appetite in the stock and bond markets, although volatility remains due to fiscal risks in several major countries and concerns over the valuation of certain assets.

Domestically, Indonesia's economy in 2025 showed solid resilience, supported by domestic demand, investment, and relatively stable external performance. National inflation throughout 2025 was recorded at 2.92% (yoy), with December 2025 inflation at 0.64% (mtm), reflecting price stability that remained within the target range. In line with this stability, Bank Indonesia lowered the BI-Rate/BI7DRR policy interest rate to 4.75% at the end of 2025 and continued to strengthen its policy mix to maintain exchange rate and financial system stability.

However, global dynamics continued to put pressure on the domestic financial market. The rupiah exchange rate on December 31, 2025, was recorded at Rp16,670 per US dollar, meaning that market stability still required responsive policies and strengthening of economic fundamentals. Amid these conditions, strengthening competitiveness, continuing structural reforms, and targeted fiscal policy support are important for maintaining sustainable growth and enhancing Indonesia's economic resilience in the face of potential external shocks.

Tinjauan Industri 2025

2025 Industry Overview

Sepanjang 2025, industri perasuransian nasional melanjutkan penguatan fondasi di tengah upaya peningkatan kepercayaan publik dan penguatan tata kelola. OJK melalui Peta Jalan Pengembangan dan Penguatan Perasuransian 2023–2027 menekankan reformasi industri melalui penguatan ketahanan, pengembangan ekosistem, akselerasi transformasi digital, serta penguatan pengaturan dan pengawasan. Dalam implementasinya, pelaku industri terus beradaptasi untuk memperkuat manajemen risiko, kualitas layanan, dan tata kelola produk agar sejalan dengan kebutuhan nasabah dan perkembangan regulasi.

Industri asuransi Indonesia tetap menunjukkan ketahanan sepanjang 2025 meskipun pertumbuhan premi, khususnya asuransi jiwa, bergerak lebih moderat. Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan, aset industri Perasuransian, Penjaminan, dan Dana Pensiun per Desember 2025 mencapai Rp1.201,33 triliun atau tumbuh 5,95% secara tahunan, sementara aset asuransi komersial meningkat 7,42% menjadi Rp981,05 triliun. Meskipun demikian, pendapatan premi asuransi komersial berkontraksi 1,46% menjadi Rp331,72 triliun, terutama dipengaruhi penurunan premi asuransi jiwa sebesar 3,81% menjadi Rp180,98 triliun. Adapun premi asuransi umum dan reasuransi masih tumbuh 1,51% menjadi Rp150,74 triliun.

Throughout 2025, the national insurance industry continued to build on its foundations amid efforts to increase public confidence and improve governance. The OJK, through its 2023–2027 Roadmap for Insurance Development and Strengthening, emphasized industry reform through resilience strengthening, ecosystem development, digital transformation acceleration, and regulatory and supervisory strengthening. During implementation, industry players continued to adapt to strengthen risk management, service quality, and product governance, in line with customer needs and regulatory developments.

Indonesia's insurance industry continued to demonstrate resilience throughout 2025, despite more moderate premium growth, particularly in the life insurance segment. Based on data from the Financial Services Authority, the assets of the Insurance, Guarantee, and Pension Fund industry reached Rp1,201.33 trillion as of December 2025, representing annual growth of 5.95%, while commercial insurance assets increased by 7.42% to Rp981.05 trillion. Nevertheless, commercial insurance premium income contracted by 1.46% to Rp331.72 trillion, mainly due to a 3.81% decline in life insurance premiums to Rp180.98 trillion. Meanwhile, general insurance and reinsurance premiums continued to grow by 1.51% to Rp150.74 trillion.

Di tengah tekanan pada premi asuransi jiwa, fundamental industri tetap kuat, tercermin dari tingkat permodalan berbasis risiko asuransi jiwa sebesar 485,90%, jauh di atas ketentuan minimum regulator. Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia juga mencatat total pendapatan industri asuransi jiwa tumbuh 9,3% menjadi Rp238,71 triliun, didorong peningkatan hasil investasi, dengan jumlah tertanggung naik 8,6% menjadi 168,03 juta orang. Dari sisi produk, AAJI menilai tren yang berlanjut terkait peralihan dari produk asuransi yang dikaitkan dengan investasi menuju produk asuransi jiwa tradisional yang lebih sederhana, transparan, dan sesuai kebutuhan. Tren ini sejalan dengan penguatan regulasi serta peningkatan fokus industri pada edukasi, transparansi, kualitas tenaga pemasar, dan tata kelola distribusi.

Selain itu, akselerasi digitalisasi layanan turut menjadi faktor pembeda dalam kompetisi industri. Perusahaan asuransi memperluas pemanfaatan kanal digital untuk akuisisi, layanan polis, serta proses klaim yang lebih cepat dan transparan, sambil memperkuat keamanan data dan perlindungan konsumen. Ke depan, peningkatan literasi dan penetrasi asuransi tetap menjadi agenda penting mengingat tingkat penetrasi asuransi komersial Indonesia historis masih relatif rendah dibandingkan beberapa negara di kawasan. Dengan dukungan regulasi yang semakin matang dan inovasi layanan yang berkelanjutan, industri perasuransian diharapkan dapat tumbuh lebih inklusif, sehat, dan berorientasi jangka panjang.

Amid pressure on life insurance premiums, the industry's fundamentals remained strong, as reflected in the life insurance industry's risk-based capital ratio of 485.90%, well above the regulatory minimum. The Indonesian Life Insurance Association also reported that total life insurance industry revenue grew by 9.3% to Rp238.71 trillion, driven by higher investment income, while the number of insured individuals increased by 8.6% to 168.03 million. In terms of products, the Indonesian Life Insurance Association observed a continuing shift away from investment-linked insurance products toward traditional life insurance products that are simpler, more transparent, and better aligned with customer needs. This trend is in line with stronger regulations and the industry's increased focus on education, transparency, the quality of marketing personnel, and distribution governance.

In addition, the acceleration of service digitalization is a distinguishing factor in industry competition. Insurance companies are expanding the use of digital channels for acquisition, policy services, and faster and more transparent claims processes, while strengthening data security and consumer protection. Looking ahead, improving insurance literacy and penetration remains an important agenda, given that Indonesia's historical commercial insurance penetration rate is still relatively low compared to several countries in the region. With increasingly mature regulations and continuous service innovation, the insurance industry is expected to grow in a more inclusive, healthy, and long-term-oriented manner.

Ikhtisar Keuangan

Financial Highlights

dalam jutaan rupiah
in million rupiah

Keterangan	2025	2024*	2023**	Description
Jumlah Aset	39.731.038	38.160.250	39.008.689	Total Asset
Jumlah Liabilitas	28.490.632	26.962.917	27.935.611	Total Liability
Jumlah Dana Peserta	1.516.252	1.457.474	1.758.003	Total Participant's Fund
Jumlah Ekuitas	9.724.154	9.739.859	9.315.075	Total Equity
Risk-Based Capital (RBC) Ratio	260%	262%	288%	Risk-Based Capital (RBC) Ratio
Hasil Jasa Asuransi Bersih	737.558	1.290.388	-	Total Insurance Service Result
Hasil Investasi Bersih	1.859.274	556.522	-	Investment Income Net
Laba Sebelum Pajak	498.473	852.905	-	Profit Before Tax
Laba Setelah Pajak	510.224	761.022	-	Profit After Tax

*Disajikan kembali sesuai PSAK 117

**Penyajian kembali atas posisi keuangan awal per 1 Januari 2024 sehingga tidak terdapat laporan laba rugi yang disajikan kembali.

*Restated in accordance with PSAK 117

**Restatement for the opening balance as at 1 January 2024 and consequently no restated statement of profit or loss.

Tinjauan Keuangan 2025

2025 Financial Review

Pada 2025, Perusahaan membukukan Laba sebelum pajak Rp498,47 miliar dan setelah pajak sebesar Rp510,22 miliar. Kinerja ini mencerminkan ketahanan portofolio bisnis Perusahaan di tengah dinamika pasar, sekaligus efektivitas strategi distribusi dan pengelolaan bisnis yang terus difokuskan pada kebutuhan proteksi nasabah di berbagai segmen. Di sisi lain, hasil investasi bersih tercatat sebesar Rp1.859,27 triliun, dibandingkan Rp556,52 miliar pada tahun sebelumnya, yang turut memberikan dukungan terhadap kinerja keuangan Perusahaan.

Sejalan dengan komitmen untuk menghadirkan layanan yang cepat, mudah, dan nyaman, Perusahaan terus memperkuat pengalaman nasabah secara end-to-end, mulai dari proses pembelian polis hingga layanan klaim. Keandalan tersebut turut didukung oleh kekuatan permodalan yang tercermin dari rasio Modal Minimum Berbasis Risiko (*Risk Based Capital/RBC*) sebesar 260% per Desember 2025, tetap jauh di atas ketentuan minimum regulator. Pada saat yang sama, Perusahaan membukukan laba sebelum pajak sebesar Rp498,47 miliar dan laba setelah pajak sebesar Rp510,22 miliar, yang mencerminkan kemampuan Perusahaan dalam menjaga stabilitas usaha melalui pengelolaan portofolio dan operasional yang *prudent*.

Dari sisi posisi keuangan, aset Perusahaan per 31 Desember 2025 tercatat sebesar Rp39,73 triliun, meningkat sekitar 4,1% dibandingkan Rp38,16 triliun pada tahun sebelumnya. Sementara itu, ekuitas perusahaan tercatat sebesar Rp9,72 triliun, relatif stabil dibandingkan Rp9,74 triliun pada 2024. Pergerakan ini mencerminkan dinamika kinerja operasional, strategi pengelolaan aset dan liabilitas, serta pencadangan yang dilakukan secara *prudent* untuk menjaga keberlanjutan usaha.

In 2025, the Company recorded profit before tax of Rp498.47 billion and a profit after tax of Rp510.22 billion. This performance reflects the resilience of the Company's business portfolio amid dynamic market conditions, as well as the effectiveness of its distribution strategy and business management, which continue to focus on meeting customers' protection needs across various segments. On the other hand, net investment income amounted to Rp1.859.27 trillion, compared to Rp556.52 billion in the previous year, further supporting the Company's overall financial performance.

In line with its commitment to delivering fast, convenient, and seamless services, the Company continues to enhance the end-to-end customer experience, from policy purchase to claims services. This reliability is further supported by strong capital adequacy, as reflected in the Risk Based Capital (RBC) ratio of 260% as of December 2025, remaining well above the regulatory minimum requirement. At the same time, the Company recorded profit before tax of Rp498.47 billion and profit after tax of Rp510.22 billion, demonstrating its ability to maintain business stability through prudent portfolio and operational management.

From a financial position perspective, the Company's total assets as of December 31, 2025 amounted to Rp39.73 trillion, an increase of approximately 4.1% compared to Rp38.16 trillion in the previous year. Meanwhile, the Company's equity stood at Rp9.72 trillion, remaining relatively stable compared with Rp9.74 trillion in 2024. This movement reflects the dynamics of operational performance, asset and liability management strategies, as well as prudent reserving to ensure business sustainability.

Tinjauan Bisnis 2025

2025 Business Overview

Sejalan dengan dinamika perekonomian sepanjang 2025, Allianz Life Indonesia terus berkomitmen untuk menghadirkan perlindungan yang relevan bagi nasabah dalam berbagai kondisi kehidupan. Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya proteksi, baik jiwa maupun kesehatan, turut menciptakan peluang pertumbuhan bagi industri dan mendorong Perusahaan untuk memperkuat proposisi nilai di seluruh segmen. Untuk menjawab kebutuhan tersebut, Allianz Life Indonesia secara konsisten menghadirkan inovasi produk, memperkuat kinerja bisnis, serta melanjutkan akselerasi digitalisasi di seluruh lini usaha yang mencakup pengembangan produk, kanal pemasaran, hingga layanan nasabah. Upaya ini dilakukan untuk memastikan proses yang semakin mudah, cepat, dan nyaman, sekaligus memperluas jangkauan layanan melalui ekosistem distribusi yang semakin terintegrasi.

Pada 2025, Allianz Life Indonesia membukukan laba setelah pajak sebesar Rp510,22 miliar. Di tengah tantangan industri dan penyesuaian lanskap bisnis, Perusahaan juga mencatat hasil jasa asuransi bersih sebesar Rp737,56 miliar serta hasil investasi bersih sebesar Rp1,86 triliun. Kinerja tersebut mencerminkan kemampuan Allianz Life Indonesia dalam menjaga keseimbangan antara pertumbuhan bisnis, kualitas layanan, pengelolaan portofolio yang *prudent*, dan komitmen jangka panjang untuk memberikan perlindungan yang andal bagi nasabah.

Dengan dukungan lebih dari 45 ribu tenaga pemasar berlisensi, serta jaringan mitra perbankan dan mitra distribusi lainnya, Allianz Life Indonesia terus memperkuat kapabilitasnya sebagai salah satu perusahaan asuransi terpercaya di Indonesia, sekaligus menjaga kualitas layanan dan pengalaman nasabah secara berkelanjutan. Didukung fondasi permodalan yang kuat, dengan rasio RBC sebesar 260%, Perusahaan berada pada posisi yang solid untuk terus menghadirkan perlindungan yang relevan dan bernilai tambah bagi masyarakat Indonesia.

In line with economic dynamics throughout 2025, Allianz Life Indonesia remains committed to delivering relevant protection solutions for customers across various life conditions. The increasing public awareness of the importance of protection, both life and health, has created growth opportunities for the industry and encouraged the Company to strengthen its value proposition across all segments. To address these needs, Allianz Life Indonesia consistently introduces product innovations, enhances business performance, and continues to accelerate digitalization across all business lines, including product development, marketing channels, and customer services. These efforts aim to ensure processes that are increasingly simple, fast, and convenient, while expanding service reach through a more integrated distribution ecosystem.

In 2025, Allianz Life Indonesia recorded a profit after tax of Rp510.22 billion. Amid industry challenges and adjustments in the business landscape, the Company also reported net insurance service results of Rp737.56 billion and net investment income of Rp1.86 trillion. This performance reflects Allianz Life Indonesia's ability to maintain a balance between business growth, service quality, prudent portfolio management, and its long-term commitment to providing reliable protection for customers.

Supported by more than 45 thousand licensed sales personnel, as well as banking partners and other distribution partners, Allianz Life Indonesia continues to strengthen its capabilities as one of the trusted insurance companies in Indonesia, while consistently maintaining service quality and customer experience. Backed by a strong capital foundation, with an RBC ratio of 260%, the Company is well-positioned to continue delivering relevant and value-added protection for the people of Indonesia.

Allianz Star Network

Allianz Star Network (ASN) merupakan salah satu kanal distribusi utama Perusahaan dengan dukungan lebih dari 40 ribu agen yang tersebar di seluruh Indonesia dengan 41% di antaranya merupakan generasi milenial dan 38% adalah Gen Z. Komposisi ini menjadi semakin strategis mengingat peranan generasi produktif, khususnya milenial dan Gen Z, yang terus meningkat dalam perekonomian Indonesia.

Kinerja Bisnis 2025

Pada 2025, ASN memberikan kontribusi 51% terhadap total Pendapatan Premi Bruto (PPB). Pencapaian ini menunjukkan kekuatan kanal keagenan sebagai penggerak pertumbuhan sekaligus sarana utama dalam menghadirkan solusi proteksi terpercaya bagi nasabah.

Sejalan dengan komitmen Perusahaan untuk meningkatkan pengalaman nasabah dan efektivitas penjualan, ASN terus memperkuat layanan digital serta berupaya memberikan pengalaman layanan yang semakin baik melalui proses yang lebih cepat, mudah, dan akurat, baik bagi nasabah maupun agen. Selain itu, Perusahaan juga secara konsisten meningkatkan kapabilitas agen melalui pemanfaatan perangkat digital, pengembangan kompetensi yang terstruktur sehingga agen dapat memberikan informasi yang lebih baik kepada nasabah dengan lebih transparan mulai dari penjelasan produk, ilustrasi manfaat, hingga proses layanan purna jual.

Selama tahun berjalan, Allianz terus menjalankan berbagai inisiatif di kanal keagenan untuk memperkuat kemampuan agency secara menyeluruh, dengan fokus pada Sales & Capability Acceleration, Agency Experience & Digital Enablement, serta Product & Marketing Optimization. Inisiatif tersebut telah menunjukkan kemajuan yang signifikan dan mendorong lahirnya berbagai inovasi baru yang memperkuat kinerja ASN secara keseluruhan.

Rencana Bisnis 2026

Memasuki 2026, Perusahaan akan melanjutkan strategi pertumbuhan ASN melalui peningkatan kualitas dan kapabilitas agen untuk memberikan layanan terbaik bagi nasabah maupun calon nasabah dalam memperoleh solusi keuangan dan proteksi yang tepat. Fokus ini juga akan terus diiringi dengan penguatan kualitas bisnis, termasuk penerapan praktik yang bijaksana untuk menjaga keberlanjutan portofolio.

Selaras dengan arah transformasi digital Perusahaan, ASN juga akan terus mengembangkan kapabilitas proses bisnis berbasis digital agar aktivitas penjualan dan layanan semakin efisien, terdokumentasi dengan baik, serta menghadirkan pengalaman yang konsisten bagi nasabah. Dengan upaya tersebut, ASN berkomitmen untuk terus melampaui ekspektasi dan mempertahankan posisinya sebagai salah satu kanal keagenan terdepan, demi memberikan proteksi kepada lebih banyak lagi masyarakat Indonesia.

Allianz Star Network

Allianz Star Network (ASN) is one of the Company's main distribution channels, supported by more than 40 thousand agents spread across Indonesia, 41% of whom are millennials and 38% are Gen Z. This composition is increasingly strategic given the growing role of the productive generation, particularly millennials and Gen Z, in the Indonesian economy.

2025 Business Performance

In 2025, ASN contributed 51% to total Gross Written Premium (GWP). This achievement demonstrates the agency channel's strength as a driver of growth and a key means of providing reliable protection solutions to customers.

In line with the Company's commitment to improving customer experience and sales effectiveness, ASN continues to strengthen its digital services and strives to provide an increasingly better service experience through faster, easier, and more accurate processes for both customers and agents. In addition, the Company consistently improves agent capabilities through the use of digital tools and structured competency development, enabling agents to provide customers with better information in a more transparent manner from product explanations and benefit illustrations to after-sales service processes.

During the year, Allianz continued to implement initiatives across the agency channel to strengthen overall agency capabilities, with a focus on Sales & Capability Acceleration, Agency Experience & Digital Enablement, and Product & Marketing Optimization. These initiatives have shown significant progress and encouraged the emergence of various innovations that strengthen ASN's overall performance.

2026 Business Plan

Entering 2026, the Company will continue its ASN growth strategy by improving the quality and capabilities of agents to provide the best service to customers and prospective customers in obtaining the right financial and protection solutions. This focus will also be accompanied by strengthening business quality, including the implementation of sound practices to maintain portfolio sustainability.

In line with the Company's digital transformation direction, ASN will also continue to develop digital-based business process capabilities so that sales and service activities are more efficient, better documented, and provide a consistent customer experience. With these efforts, ASN remains committed to exceeding expectations and maintaining its position as one of the leading agency channels for protecting even more Indonesians.

Allianz Life Bancassurance

Kinerja Bisnis 2025

Pada 2025, kanal bancassurance membukukan penjualan sebesar 46% dari total Pendapatan Premium Bruto (PPB) Perusahaan. Pencapaian ini didukung oleh upaya berkelanjutan Perusahaan dalam menghadirkan rangkaian produk yang kompetitif dan relevan, disesuaikan dengan karakteristik dan kebutuhan nasabah di masing-masing bank mitra. Dengan pendekatan tersebut, Allianz Life Indonesia terus memperkuat posisinya sebagai salah satu pilihan utama nasabah perbankan dalam memperoleh solusi perlindungan dan perencanaan keuangan.

Tahun ini, Perusahaan memprioritaskan percepatan pertumbuhan melalui kolaborasi yang lebih intensif dengan bank mitra, didukung oleh penyediaan produk yang lebih variatif, relevan, dan adaptif terhadap kebutuhan nasabah perbankan. Upaya ini disertai penguatan sistem manajemen aktivitas *Financial Advisor* (FA), peningkatan produktivitas, serta pembaruan strategi penjualan untuk memastikan kualitas *output* yang prima.

Komitmen pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) diwujudkan melalui peluncuran Bancassurance Middle Management Program, sebuah program untuk mempersiapkan Premier Business Manager (PBM) dalam menghadapi tanggung jawab yang lebih besar pada jenjang karier berikutnya. Program ini berperan penting dalam memperkuat *pipeline* kepemimpinan sebagai salah satu pilar utama keberlanjutan bisnis bancassurance.

Selain itu, perusahaan juga akan terus melanjutkan penyempurnaan sistem pelatihan, sertifikasi wajib, serta skema kompensasi agar FA memiliki kemampuan unggul yang sesuai dengan regulasi OJK dan kebutuhan pasar. Pendekatan yang diterapkan sepanjang 2025 berfokus pada keseimbangan antara pemantauan input, proses, dan output melalui manajemen aktivitas yang lebih terstruktur.

Pada tahun 2025, Allianz Life Indonesia mempertahankan kerja sama yang solid dengan total 12 bank mitra dan satu mitra *fintech* yang secara aktif memasarkan produk Bancassurance Allianz. Dalam kemitraan bancassurance, Allianz bekerja sama dengan HSBC, Maybank, SMBC, QNB, OCBC, KEB Hana Bank, CTBC, Bank Woori Saudara, serta BTPN Syariah yang resmi diluncurkan pada Desember 2025. Untuk produk Asuransi Jiwa Kredit dan Asuransi Jiwa Mikro, perusahaan menjalin kemitraan dengan Maybank, SMBC, Bank Mandiri Taspen, serta Bank Mestika. Selain itu, melalui Allianz Life Syariah, perusahaan juga menjalin kemitraan dengan Bank Syariah Indonesia, dan Amarthia Mikro Fintech.

Allianz Life Bancassurance

2025 Business Performance

In 2025, the bancassurance channel recorded sales of 46% of the Company's Growss Written Premium (GWP). This achievement is supported by the Company's ongoing efforts to provide a range of competitive, relevant products tailored to the characteristics and needs of customers at each partner bank. With this approach, Allianz Life Indonesia continues to strengthen its position as one of the top choices for banking customers seeking protection and financial planning solutions.

This year, the Company prioritized accelerating growth through closer collaboration with partner banks, supported by the provision of more diverse products that are relevant and adaptive to banking customers' needs. These efforts were accompanied by the strengthening of the Financial Advisor (FA) activity management system, productivity enhancement, and the refinement of sales strategies to ensure high-quality output.

The Company's commitment to Human Capital development was demonstrated through the launch of the Bancassurance Middle Management Program, a program designed to prepare Premier Business Managers (PBM) to take on greater responsibilities at the next stage of their careers. This program plays an important role in strengthening the leadership pipeline as one of the main pillars of bancassurance business sustainability.

In addition, the Company will continue refining its training system, mandatory certification programs, and compensation schemes to ensure that Financial Advisors possess superior capabilities in line with OJK regulations and market needs. The approach applied throughout 2025 focuses on balancing input, process, and output monitoring through more structured activity management.

In 2025, Allianz Life Indonesia maintained strong partnerships with 12 partner banks and one fintech partner, which actively markets Allianz Bancassurance products. In its Bancassurance partnerships, Allianz collaborates with HSBC, Maybank, SMBC, QNB, OCBC, KEB Hana Bank, CTBC, Bank Woori Saudara, and BTPN Syariah, which was officially launched in December 2025. For Credit Life Insurance and Micro Life Insurance products, the Company has established partnerships with Maybank, SMBC, Bank Mandiri Taspen, and Bank Mestika. In addition, through Allianz Life Syariah, the Company has established partnerships with Bank Syariah Indonesia and Amarthia Mikro Fintech.

Berkat kemitraan tersebut, Allianz Life *bancassurance* siap memperluas jangkauan dan memperkuat kontribusi bisnis perusahaan. Seluruh strategi 2025 diarahkan untuk memastikan pertumbuhan yang berkelanjutan, layanan yang semakin berkualitas, dan terciptanya nilai tambah bagi nasabah serta mitra bisnis.

Prospek & Rencana Bisnis 2026

Memasuki tahun 2026, Allianz Life *bancassurance* akan melanjutkan momentum pertumbuhan dengan menghadirkan rangkaian produk yang lebih inovatif, beragam, dan relevan untuk menjangkau seluruh segmen mitra serta nasabah. Pengembangan produk akan difokuskan pada keseimbangan antara nilai perlindungan, kemudahan akses, dan kesesuaian dengan kebutuhan masing-masing kanal perbankan.

Di sisi distribusi, Perusahaan akan terus memperkuat kapabilitas tim *sales* melalui peningkatan kompetensi pada aspek pengetahuan produk, kepatuhan, dan *advisory skills*. Dengan penguatan tersebut, tim *sales* diharapkan semakin siap memberikan solusi yang tepat, bertanggung jawab, dan berorientasi pada kebutuhan jangka panjang nasabah.

Untuk produk Asuransi Jiwa Kredit, pada tahun 2026 Perusahaan tengah membangun kemitraan dengan BTPN Syariah. Kerja sama ini diharapkan dapat memperluas jangkauan perlindungan sekaligus mendukung inklusi keuangan bagi masyarakat Indonesia.

Through these partnerships, Allianz Life's bancassurance channel is well positioned to expand its reach and strengthen its contribution to the Company's business. The entire 2025 strategy is aimed at ensuring sustainable growth, higher-quality services, and greater value for customers and business partners.

Business Outlook & Plans for 2026

Entering 2026, Allianz Life's bancassurance channel will continue to build on its growth momentum by introducing a more innovative, diverse, and relevant product portfolio to reach all segments of partners and customers. Product development will focus on balancing protection value, ease of access, and suitability with the needs of each banking channel.

On the distribution side, the Company will continue to strengthen its sales team's capabilities by improving their product knowledge, compliance, and advisory skills. With this strengthening, the sales team is expected to be better prepared to provide appropriate, responsible solutions that are oriented towards customers' long-term needs.

For Credit Life Insurance products, in 2026, the Company is building a partnership with BTPN Syariah. This collaboration is expected to expand the scope of protection while supporting financial inclusion for the Indonesian people.

Corporate Solutions

Kinerja Bisnis 2025

Melalui kanal Corporate Solutions, Allianz Life Indonesia mencatatkan kinerja yang positif pada 2025 dengan membukukan premi bruto (*Gross Written Premium/GWP*) sebesar Rp471,12 milyar, serta aset dana pensiun (*Asset Under Management/AUM*) sebesar Rp7,92 triliun.

Allianz Life Indonesia melayani lebih dari 2.200 nasabah korporasi dari beragam sektor industri, sehingga memungkinkan Perusahaan menjangkau berbagai lapisan masyarakat Indonesia melalui program perlindungan dan kesejahteraan karyawan. Solusi korporasi yang ditawarkan bersifat komprehensif dan disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing perusahaan, mencakup Asuransi Kesehatan Kumpulan, Asuransi Jiwa Kumpulan, Program Group Savings, serta layanan Dana Pensiun melalui DPLK Allianz.

Sejalan dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya persiapan masa pensiun, jumlah peserta di DPLK Allianz terus menunjukkan pertumbuhan. Dalam mendukung kebutuhan tersebut, DPLK Allianz bersama Allianz Life Indonesia secara konsisten memperkuat kegiatan edukasi melalui berbagai program literasi keuangan. Selain itu, Perusahaan juga terus memperluas penawaran produk dan layanan unggulan kepada klien korporasi yang termasuk solusi pengelolaan dana pensiun, sebagai upaya untuk memperluas partisipasi dan meningkatkan kualitas layanan kepada peserta

Prospek & Rencana Bisnis 2026

Memasuki 2026, Perusahaan akan berfokus pada langkah-langkah untuk mengintensifkan pemasaran kepada nasabah korporasi dengan menawarkan pilihan produk yang semakin inovatif, beragam, serta relevan dengan kebutuhan perusahaan dan karyawan. Di samping itu, Perusahaan akan melanjutkan penguatan digitalisasi untuk menghadirkan layanan yang lebih mudah, cepat, dan akurat bagi nasabah korporasi, baik dalam aspek administrasi kepesertaan, layanan klaim, maupun pelaporan, guna meningkatkan pengalaman dan efisiensi layanan secara *end-to-end*.

Corporate Solutions

Business Performance 2025

Through its Corporate Solutions channel, Allianz Life Indonesia recorded positive performance in 2025 with gross written premiums (GWP) of Rp471.12 billion and assets under management (AUM) of Rp7.92 trillion.

Allianz Life Indonesia serves more than 2,200 corporate customers from various industrial sectors, enabling the Company to reach various segments of Indonesian society through employee protection and welfare programmes. The corporate solutions offered are comprehensive and tailored to the needs of each company, including Group Health Insurance, Group Life Insurance, Group Savings Programmes, and Pension Fund services through DPLK Allianz.

In line with the increasing public awareness of the importance of retirement preparation, the number of participants in DPLK Allianz continues to grow. In support of these needs, DPLK Allianz and Allianz Life Indonesia consistently strengthen their educational activities through various financial literacy programmes. In addition, the Company continues to expand its offering of superior products and services to corporate clients, including pension fund management solutions, in an effort to broaden participation and improve service quality for participants.

Prospects & Business Plan for 2026

Entering 2026, the Company will focus on measures to intensify marketing to corporate customers by offering increasingly innovative, diverse product options that are relevant to the needs of companies and employees. In addition, the Company will continue to strengthen its digitalisation efforts to provide easier, faster, and more accurate services for corporate customers, both in terms of membership administration, claims services, and reporting, in order to improve the end-to-end service experience and efficiency.

Dana Investasi

Investment Funds

Outlook Offshore

Pasar Global Sepanjang 2025

Sejak awal tahun 2025, ekonomi global mengalami berbagai tekanan seperti *reciprocal tariff* dari Trump yang ditakutkan akan menaikkan inflasi di Amerika, kepastian pengenaan tarif dagang Amerika ke berbagai negara yang lebih tinggi dari sebelumnya, ekspektasi penurunan Fed Fund Rate, pelemahan ekonomi Tiongkok dan tekanan geopolitik.

Namun, seiring berjalannya waktu memasuki semester 2 mulai terlihat adanya harapan di tengah ketidakpastian. Beberapa berita positif seperti meredanya tensi perang dagang dari kenaikan tarif setelah Amerika menurunkan tarif lebih rendah dibandingkan tarif awal pada beberapa negara termasuk Indonesia, selain itu Bank Sentral Amerika Serikat (*Federal Reserve*) menurunkan suku bunga sebanyak 3 kali sepanjang tahun 2025. Perubahan ini membantu menurunkan tekanan suku bunga global dan mendukung aset berisiko, namun arah kebijakan tetap sangat bergantung pada inflasi dan pasar tenaga kerja (*data-dependent*), sehingga volatilitas tetap muncul terutama pada rilis data penting dan komunikasi bank sentral.

Outlook Global 2026

Memasuki 2026, Pasar mulai menyesuaikan diri dengan realitas baru yang ditandai oleh berkurangnya visibilitas politik dan ekonomi. Latar belakang yang terus berkembang ini menuntut kehati-hatian, namun sekaligus membuka peluang bagi investor yang mengambil posisi secara aktif.

Dalam *Economic Outlook 2026-27: Stretching the Limits* yang dikeluarkan oleh Allianz SE Research, Pertumbuhan PDB global masih menunjukkan ketahanan setidaknya untuk saat ini. Setelah mencatat +3% pada 2025, pertumbuhan diperkirakan berada di +2,9% pada 2026 dan +2,8% pada 2027. Revisi naik dibandingkan kuartal sebelumnya terutama ditopang oleh dua faktor: *carryover* dari kinerja kuat tahun 2025 di Amerika Serikat dan Tiongkok, serta momentum yang tetap terjaga meskipun ada berbagai gangguan.

Outlook Offshore

The Global Market Throughout 2025

Since the start of 2025, the global economy has faced various pressures, such as Trump's reciprocal tariffs—which were feared to drive up inflation in the US—the certainty of higher US trade tariffs being imposed on various countries than before, expectations of a cut in the Fed Fund Rate, the weakening of the Chinese economy, and geopolitical pressures.

However, as time progressed into the second half of the year, signs of hope began to emerge amidst the uncertainty. Some positive developments included the easing of trade war tensions following tariff hikes, as the US reduced tariffs to levels lower than the initial rates for several countries, including Indonesia; furthermore, the US (*Federal Reserve*) cut interest rates 3 (three) times throughout 2025. These changes helped to ease global interest rate pressures and supported risk assets; however, the direction of policy remains highly dependent on inflation and the labour market (*data-dependent*), meaning volatility persists, particularly around key data releases and central bank communications.

Global Outlook 2026

As we enter 2026, markets are beginning to adjust to a new reality characterised by reduced political and economic visibility. This evolving backdrop demands caution, yet simultaneously presents opportunities for investors who take an active stance.

In the *Economic Outlook 2026-27: Stretching the Limits* published by Allianz SE Research, global GDP growth continues to show resilience, at least for the time being. After recording +3% in 2025, growth is projected to stand at +2.9% in 2026 and +2.8% in 2027. The upward revision compared to the previous quarter is primarily driven by two factors: the *carryover* from the strong performance of 2025 in the United States and China, and momentum that has remained intact despite various disruptions.

Dampak perang dagang pada Perekonomian AS pada 2025 tampak lebih ringan, hanya sekitar -0,6 poin persentase, dibandingkan estimasi sebelumnya sebesar -1,6 poin persentase pada kuartal II. Perbaikan ini terkait dengan tarif efektif yang lebih rendah turun menjadi sekitar 11% dari 27% yang diumumkan pada 2 April 2025 yang dipengaruhi oleh pengecualian sektor tertentu serta kesepakatan dagang strategis dengan mitra utama.

Di sisi lain, sektor informasi dan komunikasi, termasuk kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence /AI*), tampil sebagai mesin pertumbuhan baru. Sektor ini mendorong lebih dari setengah pertumbuhan PDB AS pada 2025, dengan kontribusi sekitar +1,1%. Dampak AI diperkirakan berlanjut pada 2026, sehingga proyeksi pertumbuhan AS untuk 2026 direvisi naik menjadi +2,5%. Penopang utama revisi ini adalah konsumen yang lebih tangguh, dorongan kredit (*credit impulse*) yang meningkat, serta kontribusi produktivitas dan investasi terkait AI yang makin terasa.

Dari Tiongkok, ekspor tetap unggul di tengah perang dagang, namun permintaan domestik masih lemah. Di tengah tensi perdagangan, ekspor Tiongkok masih menjadi yang paling menonjol. Pertumbuhan melampaui ekspektasi, terutama karena permintaan eksternal yang lebih kuat dari perkiraan (dengan impor yang cenderung lunak). Lonjakan ekspor tersebut didorong oleh beberapa mekanisme yang berlangsung bersamaan percepatan pengiriman ke AS pada paruh pertama tahun (*frontloading*), pengalihan rute perdagangan untuk mengurangi dampak tarif, peningkatan pangsa pasar di luar AS, dukungan dari pelemahan mata uang, serta daya saing harga.

Prospek Zona Euro bergerak “sesuai jalur” dengan laju pertumbuhan yang tetap moderat di tengah hambatan struktural. PDB diperkirakan tumbuh +1,1% pada 2026, setelah +1,4% pada 2025. Pasar berkembang (*emerging markets/EM*) tidak sekadar berada di posisi pasif dalam dinamika ekonomi global. Secara keseluruhan, EM tetap menunjukkan ketahanan yang solid, didukung oleh siklus ekonomi yang relatif lebih positif dibandingkan negara maju serta posisi eksternal yang umumnya kuat. Kondisi ini memungkinkan banyak negara berkembang menghadapi ketidakpastian global dengan fondasi makroekonomi yang lebih baik.

Berdasarkan pandangan dari Allianz Global Investor dalam *Outlook 2026: Navigate New Pathways*. Pasar saham Amerika Serikat telah mengalami pemulihan yang cukup signifikan setelah penurunan tajam yang terjadi pasca “*Liberation Day*”. Namun demikian, indikator ekonomi fundamental menunjukkan bahwa kondisi perekonomian masih berada dalam situasi yang relatif belum stabil. Seiring dengan potensi kenaikan inflasi akibat dampak berkelanjutan dari penerapan tarif yang tinggi, serta

The impact of the trade war on the US economy in 2025 appears milder, at only around -0.6 percentage points, compared to the previous estimate of -1.6 percentage points in the second quarter. This improvement is linked to lower effective tariffs, which have fallen to around 11% from the 27% announced on 2 April 2025, influenced by exemptions for certain sectors and strategic trade agreements with key partners.

On the other hand, the information and communications sector, including artificial intelligence (AI), is emerging as a new growth engine. This sector will drive more than half of US GDP growth in 2025, contributing around +1.1%. The impact of AI is expected to continue into 2026, leading to an upward revision of the US growth projection for 2026 to +2.5%. The main drivers of this revision are more resilient consumers, an increasing credit impulse, and the growing contribution of productivity and AI-related investment.

From China, exports remain strong amid the trade war, but domestic demand remains weak. Amid trade tensions, China's exports remain the standout feature. Growth exceeded expectations, primarily due to stronger-than-expected external demand (with imports tending to be soft). This surge in exports was driven by several concurrent mechanisms: accelerated shipments to the US in the first half of the year (frontloading), rerouting of trade to mitigate the impact of tariffs, increased market share outside the US, support from currency depreciation, and price competitiveness.

The Eurozone outlook remains “on track” with growth rates staying moderate amidst structural headwinds. GDP is projected to grow by +1.1% in 2026, following +1.4% in 2025. Emerging markets (EM) are not merely passive players in global economic dynamics. Overall, EMs continue to demonstrate solid resilience, supported by a relatively more positive economic cycle compared to developed nations and generally strong external positions. These conditions enable many emerging economies to face global uncertainty with a stronger macroeconomic foundation.

Based on the views of Allianz Global Investors in Outlook 2026: Navigate new pathways. The US stock market has experienced a fairly significant recovery following the sharp decline that occurred after “Liberation Day”. However, fundamental economic indicators suggest that economic conditions remain in a relatively unstable state. With the potential for rising inflation due to the ongoing impact of high tariffs, coupled with a moderate economic growth outlook, the US faces the risk of stagflation heading into 2026. On

prospek pertumbuhan ekonomi yang cenderung moderat, Amerika Serikat menghadapi risiko stagflasi menjelang tahun 2026. Di sisi kebijakan moneter, meskipun *Federal Reserve* diperkirakan akan melanjutkan siklus penurunan suku bunga, kekhawatiran mengenai meningkatnya tekanan politik terhadap independensi pengambilan keputusan kebijakan moneter tetap berpotensi menekan kepercayaan pasar.

Dari perspektif valuasi, saham-saham Amerika Serikat saat ini dinilai berada pada level yang relatif mahal. Meskipun demikian, Amerika Serikat tetap memiliki keunggulan struktural dalam jangka panjang, khususnya di sektor kecerdasan buatan (*artificial intelligence/AI*). Sektor ini masih menawarkan peluang investasi yang luas dan terus mendominasi arus pemberitaan pasar modal. Namun, secara keseluruhan, kondisi pasar saham AS saat ini menuntut sikap kehati-hatian serta penerapan strategi investasi yang selektif.

Di Tiongkok, prospek pasar saham saat ini dipengaruhi oleh kombinasi kompleks antara berbagai faktor penekan dan pendorong. Di satu sisi, pasar menghadapi arus keluar modal asing seiring ketidakpastian yang masih menyelimuti arah hubungan perdagangan dengan Amerika Serikat. Kondisi tersebut diperparah oleh ketidakpastian regulasi di sektor teknologi dan properti, serta tekanan demografis akibat percepatan penuaan populasi.

Di sisi lain, pemerintah Tiongkok secara aktif merespons tantangan-tantangan tersebut melalui serangkaian kebijakan stimulus yang terarah. Pasar saham Tiongkok tetap memiliki karakteristik yang dalam dan valuasi yang relatif menarik, serta masih berada pada tingkat kepemilikan asing yang rendah. Kondisi ini membuka peluang kontrarian bagi aliran investasi jangka panjang. Selain itu, kapasitas inovasi Tiongkok, khususnya di bidang kecerdasan buatan (*artificial intelligence/AI*) masih cenderung kurang diapresiasi oleh pasar. Potensi reformasi struktural berskala besar, termasuk di sektor dana pensiun, serta pembentukan aliansi strategis yang semakin luas di luar Amerika Serikat, turut memperkuat daya tarik Tiongkok di mata investor global.

Meskipun kinerja pasar saham Tiongkok menunjukkan volatilitas yang cukup tinggi dan volatilitas lanjutan yang dipicu oleh perkembangan berita masih berpotensi terjadi dinamika tersebut mencerminkan fase penyesuaian dalam lanskap pasar yang sedang mengalami transformasi struktural.

Di pasar obligasi, Kombinasi antara pertumbuhan ekonomi dan inflasi menopang terciptanya lingkungan yang secara keseluruhan relatif kondusif. Kami memperkirakan akan terjadi divergensi dalam dinamika pertumbuhan dan inflasi, serta perbedaan arah kebijakan di berbagai wilayah, yang

the monetary policy front, whilst the Federal Reserve is expected to continue its cycle of interest rate cuts, concerns regarding increasing political pressure on the independence of monetary policy decision-making remain a potential drag on market confidence.

From a valuation perspective, US equities are currently considered to be trading at relatively expensive levels. Nevertheless, the US retains long-term structural advantages, particularly in the artificial intelligence (AI) sector. This sector continues to offer extensive investment opportunities and remains a dominant theme in capital market news. However, overall, current US stock market conditions call for a cautious approach and the implementation of a selective investment strategy.

In China, the current stock market outlook is influenced by a complex combination of various headwinds and tailwinds. On the one hand, the market is facing outflows of foreign capital as uncertainty continues to surround the direction of trade relations with the United States. This situation is exacerbated by regulatory uncertainty in the technology and property sectors, as well as demographic pressures stemming from the accelerating ageing of the population.

On the other hand, the Chinese government is actively responding to these challenges through a series of targeted stimulus policies. The Chinese stock market retains its depth and relatively attractive valuations, whilst foreign ownership remains at a low level. These conditions present contrarian opportunities for long-term investment flows. Furthermore, China's innovation capacity, particularly in the field of artificial intelligence (AI), remains largely undervalued by the market. The potential for large-scale structural reforms, including in the pension fund sector, alongside the formation of increasingly broad strategic alliances beyond the United States, further strengthens China's appeal to global investors.

Although the performance of the Chinese stock market has shown significant volatility, and further volatility triggered by news developments remains a possibility, these dynamics reflect an adjustment phase within a market landscape undergoing structural transformation.

In the bond market, the combination of economic growth and inflation supports the creation of an environment that is, on the whole, relatively conducive. We anticipate divergences in growth and inflation dynamics, as well as differing policy directions across regions, which in turn will create

pada gilirannya akan menciptakan peluang bagi penentuan posisi durasi dan kredit secara selektif dalam portofolio yang dikelola secara aktif. Meskipun demikian, volatilitas diperkirakan akan meningkat di tengah valuasi yang ketat. Ketahanan institusional dan fleksibilitas kebijakan akan terus diuji, demikian pula kemampuan perekonomian global untuk beradaptasi dalam dunia yang semakin terfragmentasi. Kondisi ini menuntut kewaspadaan, bukan sikap berlebihan; penekanan pada kualitas dibandingkan ketidakseimbangan; pengelolaan aktif dibandingkan pasif; serta preferensi pada aset likuid dibandingkan aset yang kurang likuid.

Seiring dengan semakin menyempitnya spread kredit korporasi, kredit sekuritisasi tetap relatif lebih menarik jika ditinjau dari perspektif durasi dan penyesuaian peringkat kredit. Secara umum, kami meyakini bahwa portofolio yang benar-benar terdiversifikasi secara global, berfokus pada kualitas tinggi, serta didukung oleh pengelolaan durasi yang aktif, berada pada posisi yang kuat untuk menghasilkan pendapatan yang berkelanjutan dan tangguh di tengah kondisi makroekonomi saat ini.

Risiko utama yang perlu diwaspadai menurut *Economic Outlook 2026-27: Stretching the Limits* yang dikeluarkan oleh Allianz SE Research adalah Sejumlah risiko penurunan seperti risiko institusional, termasuk independensi bank sentral, kebijakan proteksionis, dan hasil pemilu, meningkatkan potensi perubahan kebijakan yang kurang kondusif. Risiko geopolitik dan isu keamanan nasional diperkirakan terus memicu volatilitas pasar. Selain itu, risiko Keuangan mulai dari potensi koreksi saham berbasis AI, tekanan dedolarisasi, gejolak di pasar kredit privat, hingga kekhawatiran atas keberlanjutan utang public diperkirakan meningkat sepanjang 2026 dan berpotensi menguji ketahanan fase akhir siklus keuangan global.

opportunities for selective duration and credit positioning within actively managed portfolios. Nevertheless, volatility is expected to rise amidst tight valuations. Institutional resilience and policy flexibility will continue to be tested, as will the global economy's ability to adapt in an increasingly fragmented world. These conditions call for vigilance, not overreaction; an emphasis on quality over imbalances; active management over passive; and a preference for liquid assets over less liquid ones.

As corporate credit spreads continue to narrow, securitised credit remains relatively more attractive from the perspective of duration and credit rating adjustments. Overall, we believe that a truly globally diversified portfolio, focused on high quality and supported by active duration management, is well-positioned to generate sustainable and resilient returns amidst current macroeconomic conditions.

Key risks to watch out for, according to Economic Outlook 2026-27: Stretching the Limits published by Allianz SE Research, include a number of downside risks such as institutional risks—including central bank independence, protectionist policies, and election outcomes—which heighten the potential for less favourable policy shifts. Geopolitical risks and national security issues are expected to continue fuelling market volatility. Furthermore, financial risks ranging from potential corrections in AI-driven equities, de-dollarisation pressures, turbulence in the private credit market, to concerns over the sustainability of public debt are expected to rise throughout 2026 and could test the resilience of the late phase of the global financial cycle.

Prospek Domestik

Kondisi Ekonomi 2025

Di Indonesia, perekonomian menunjukkan resiliensi dengan pertumbuhan ekonomi tahun 2025 sebesar 5,11%, lebih tinggi dibandingkan capaian tahun 2024 yang mengalami pertumbuhan sebesar 5,03%. Walau di awal tahun 2025 pertumbuhan konsumsi rumah tangga di Indonesia sempat stagnan dibawah 5%. Namun, menjelang akhir tahun 2025 Pemerintah mengeluarkan kebijakan-kebijakan terkait bantuan sosial untuk mendorong daya beli khususnya untuk rumah tangga kelas menengah dan bawah. Relokasi anggaran juga dilakukan di akhir tahun bahkan 37% dari total bantuan sosial dikeluarkan di Q4 2025. Kebijakan ini mulai terlihat menjelang akhir tahun dimana konsumsi sudah mulai stabil dan menunjukkan kenaikan.

Sepanjang 2025, inflasi relatif terkendali hingga mencapai 2,92% yoy pada akhir 2025, hal ini konsisten dengan narasi stabilitas harga selama periode tersebut. Hal ini didukung juga oleh Kebijakan moneter Bank Indonesia yang mendukung perbaikan pertumbuhan ekonomi dalam negeri. Secara total untuk tahun 2025, BI sudah memotong sebanyak 125 basis poin. Keputusan ini diambil untuk menjaga stabilitas nilai tukar rupiah dan juga menarik masuknya arus portfolio di tengah dampak ketidakpastian global.

Pasar Modal Konvensional

Pasar saham Indonesia menutup 2025 dengan performa yang solid, menunjukkan ketahanan kuat di tengah gejolak global, IHSG ditutup 8.646,94 atau +22,13% sepanjang tahun, didukung lonjakan likuiditas harian yang tembus lebih dari Rp 18 triliun. Antusiasme investor lokal kembali menjadi penopang utama, tercermin dari jumlah investor pasar modal (SID) yang naik menjadi 20,35 juta atau tumbuh 36,8% YoY. Kenaikan ini menandai perubahan struktural penting: pasar modal Indonesia kini jauh lebih mandiri dan tidak lagi terlalu bergantung pada aliran dana asing. Namun, penguatan indeks tidak sepenuhnya merata, indeks saham lainnya tumbuh dengan lebih terbatas contoh Indeks IDX80 tumbuh 10,07% sepanjang 2025. Hal ini mengindikasikan reli IHSG banyak ditopang oleh saham-saham tertentu, bukan secara menyeluruh. Walau demikian hal ini mengindikasikan pendalaman likuiditas pasar dan meningkatnya selera risiko investor.

Di sisi lain, pasar surat utang tetap stabil berkat permintaan yang kuat dari investor domestik serta inflasi yang terjaga. INDOBeX Government Index tumbuh sebesar +12.43% YoY di tahun 2025 yang didukung oleh investor bank dalam negeri. Investor asing juga tetap masuk ke pasar obligasi Indonesia sebesar IDR +2.01tn (+0.23% YoY). Likuiditas di pasar uang juga melimpah, didukung kebijakan SRBI dan operasi SBN yang responsif.

Domestic Outlook

Economic Conditions in 2025

In Indonesia, the economy has shown resilience, with economic growth in 2025 reaching 5.11%, higher than the 5.03% recorded in 2024. Although at the start of 2025, household consumption growth in Indonesia had stagnated below 5%. However, towards the end of 2025, the Government introduced policies regarding social assistance to boost purchasing power, particularly for middle- and lower-income households. Budget reallocations were also carried out towards the end of the year, with as much as 37% of total social assistance disbursed in Q4 2025. The effects of these policies began to be felt towards the end of the year, as consumption stabilised and began to rise.

Throughout 2025, inflation remained relatively under control, reaching 2.92% year-on-year by the end of 2025, consistent with the narrative of price stability during that period. This was also supported by Bank Indonesia's monetary policy, which supported improvements in domestic economic growth. In total for 2025, BI has cut rates by 125 basis points. This decision was taken to maintain the stability of the rupiah exchange rate and to attract portfolio inflows amidst the impact of global uncertainty.

Conventional Capital Market

The Indonesian stock market closed 2025 with a solid performance, demonstrating strong resilience amidst global turbulence; the IHSG closed at 8,646.94, up +22.13% for the year, supported by a surge in daily liquidity exceeding Rp 18 trillion. Local investor enthusiasm once again proved to be the main driver, reflected in the number of capital market investors (SID) rising to 20.35 million, a 36.8% year-on-year increase. This rise marks a significant structural shift: Indonesia's capital market is now far more self-reliant and no longer overly dependent on foreign capital inflows. However, the index's strength was not entirely uniform; other stock indices grew to a more limited extent—for example, the IDX80 Index rose by 10.07% throughout 2025. This indicates that the IHSG rally was largely driven by specific stocks, rather than across the board. Nevertheless, this points to deepening market liquidity and an increasing appetite for risk among investors.

On the other hand, the bond market remained stable thanks to strong demand from domestic investors and contained inflation. The INDOBeX Government Index grew by +12.43% year-on-year in 2025, supported by domestic banks. Foreign investors also continued to enter the Indonesian bond market, contributing IDR +2.01tn (+0.23% YoY). Liquidity in the money market was also abundant, supported by SRBI policies and responsive SBN operations.

Pasar Modal Syariah

Pasar modal Syariah Indonesia kembali menunjukkan momentum kuat sepanjang 2025. Angka-angka berikut menunjukkan pesatnya pertumbuhan pasar modal syariah; lebih dari 660 saham syariah tercatat di BEI, sekitar 70% dari total saham, dengan basis investor syariah menembus 190.000 investor yang merupakan bagian penting dari lebih dari 17 juta total investor pasar modal. Indeks Jakarta Islamic Index menutup tahun 2025 dengan mengalami kenaikan 22,13% secara tahunan. Saham-saham dari sektor konsumen, energi, dan komoditas yang mengalami tren positif sepanjang 2025 menjadi pendorong utama kenaikan Indeks saham syariah. Selain itu, kenaikan ini dikarenakan pasar mengharapkan pertumbuhan yang lebih baik ke depan setelah pengumuman stimulus oleh pemerintah, yang bertujuan untuk meningkatkan daya beli konsumen didalam negeri.

Hampir sama dengan pertumbuhan di pasar Saham Syariah, Pasar Obligasi Syariah pun ikut melanjutkan trend positif. Indeks IBPA Government Sukuk mencatatkan pertumbuhan 10,76% secara tahunan.

Outlook 2026

Masuk ke tahun 2026, kondisi makro diperkirakan tetap kondusif. Pemerintah menargetkan pertumbuhan ekonomi di kisaran 5,2%–5,8%, dengan inflasi terkontrol pada level 1,5%–3,5%. Belanja fiskal tetap ekspansif, sementara penguatan kebijakan hilirisasi industri diproyeksikan mendorong momentum ekonomi. Kondisi global juga mulai lebih bersahabat, terutama karena ekspektasi penurunan suku bunga global dan pemulihan harga komoditas, yang berpotensi memperbaiki kondisi pembiayaan eksternal dan kinerja ekspor.

Defisit fiskal pun akan dijaga di kisaran 3%, menegaskan komitmen pemerintah terhadap stabilitas ekonomi. Seperti tahun-tahun sebelumnya, permintaan domestik masih menjadi motor utama pertumbuhan, membuat Indonesia tetap tangguh meski ketidakpastian geopolitik dan perdagangan masih berlangsung.

Salah satu faktor yang dinilai akan menjadi katalis pertumbuhan jangka panjang adalah meningkatnya sinkronisasi kebijakan fiskal dan moneter. Inisiatif strategis pemerintah, termasuk pembentukan lembaga pengelola investasi nasional seperti Danantara, diperkirakan akan mendorong investasi dan memperkuat mesin pertumbuhan ekonomi, meski dampaknya diperkirakan berlangsung secara bertahap.

Belanja modal pemerintah untuk infrastruktur dan transportasi diperkirakan naik 37% YoY atau menjadi Rp. 156 triliun di 2026. Belanja modal ini belum termasuk koperasi merah putih dan proyek danantara lainnya. Selain itu, bantuan sosial di tahun 2026 tetap menjadi program yang

Sharia Capital Market

Indonesia's Sharia capital market continued to demonstrate strong momentum throughout 2025. The following figures illustrate the rapid growth of the Sharia capital market: over 660 Sharia-compliant shares are listed on the IDX, accounting for approximately 70% of total shares, with the Sharia investor base exceeding 190,000 investors—a significant portion of the over 17 million total capital market investors. The Jakarta Islamic Index closed 2025 with an annual increase of 22.13%. Shares from the consumer, energy, and commodities sectors, which experienced positive trends throughout 2025, were the main drivers of the rise in the Sharia stock index. Furthermore, this rise was driven by market expectations of improved growth ahead following the government's announcement of stimulus measures, aimed at boosting domestic consumer purchasing power.

Mirroring the growth in the Sharia stock market, the Sharia bond market also continued its positive trend. The IBPA Government Sukuk Index recorded annual growth of 10.76%.

Outlook for 2026

Moving into 2026, macroeconomic conditions are expected to remain favourable. The government targets economic growth in the range of 5.2%–5.8%, with inflation kept under control at 1.5%–3.5%. Fiscal spending remains expansionary, whilst the strengthening of industrial downstreaming policies is projected to drive economic momentum. Global conditions are also becoming more favourable, particularly due to expectations of falling global interest rates and a recovery in commodity prices, which have the potential to improve external financing conditions and export performance.

The fiscal deficit will also be maintained within the 3% range, underscoring the government's commitment to economic stability. As in previous years, domestic demand remains the primary driver of growth, keeping Indonesia resilient despite ongoing geopolitical and trade uncertainties.

One factor expected to act as a catalyst for long-term growth is the increasing synchronisation of fiscal and monetary policies. The government's strategic initiatives, including the establishment of a national investment management agency such as Danantara, are expected to boost investment and strengthen the engine of economic growth, although the impact is expected to be gradual.

Government capital expenditure on infrastructure and transport is projected to rise by 37% YoY to Rp. 156 trillion in 2026. This capital expenditure does not include the 'Red and White' cooperative and other Danantara projects. Furthermore, social assistance in 2026 remains a programme

akan dikurcurkan pemerintah untuk mendorong konsumsi rumah tangga, bahkan jika digabung dengan program makan bergizi gratis total bantuan sosial mencapai lebih dari Rp. 500 triliun atau tumbuh 53% YoY.

Dari sisi aset, Indonesia memasuki 2026 dengan momentum positif namun tetap berhati-hati. Pasar saham terus mendapat dukungan dari investor lokal dan ekspektasi perbaikan kinerja emiten. Serangkaian reformasi transparansi juga tengah digenjut untuk menjawab kritik MSCI dan membuka peluang bagi saham-saham *big caps* yang dinilai *undervalued*.

Untuk obligasi, imbal hasil berpotensi sedikit naik karena kebutuhan penerbitan yang lebih tinggi dan bauran partisipasi asing yang belum stabil. Meski begitu, minat investor institusi domestik diperkirakan tetap kuat, membantu menjaga stabilitas pasar. Sementara itu, instrumen pasar uang diekspektasikan tetap menarik karena likuiditas yang berlimpah dan operasi pasar yang konsisten. Kami masih tetap memiliki pandangan positif untuk pasar obligasi Indonesia di tahun 2026, tetapi dengan tetap memperhatikan arah kebijakan moneter Bank Indonesia dan FED, defisit anggaran ke depannya, dan juga situasi geopolitik dunia ke depannya. Secara keseluruhan, pasar modal Indonesia memasuki 2026 dengan pijakan yang lebih kokoh, dengan investor lokal menjadi jangkar utama di tengah pergeseran aliran dana global dan fragmentasi geopolitik.

Dengan melihat kondisi ini perlu dipertimbangkan untuk melakukan tinjau ulang kembali secara berkala dari sisi tujuan, jangka waktu, serta toleransi risiko atas investasi yang sedang dilakukan. Lakukan diversifikasi investasi pada berbagai jenis aset untuk mengurangi risiko dan tetap pastikan untuk memilih instrumen investasi sesuai dengan profil risiko.

the government will roll out to boost household consumption; indeed, when combined with the free nutritious meals scheme, total social assistance will exceed Rp. 500 trillion, representing a 53% YoY increase.

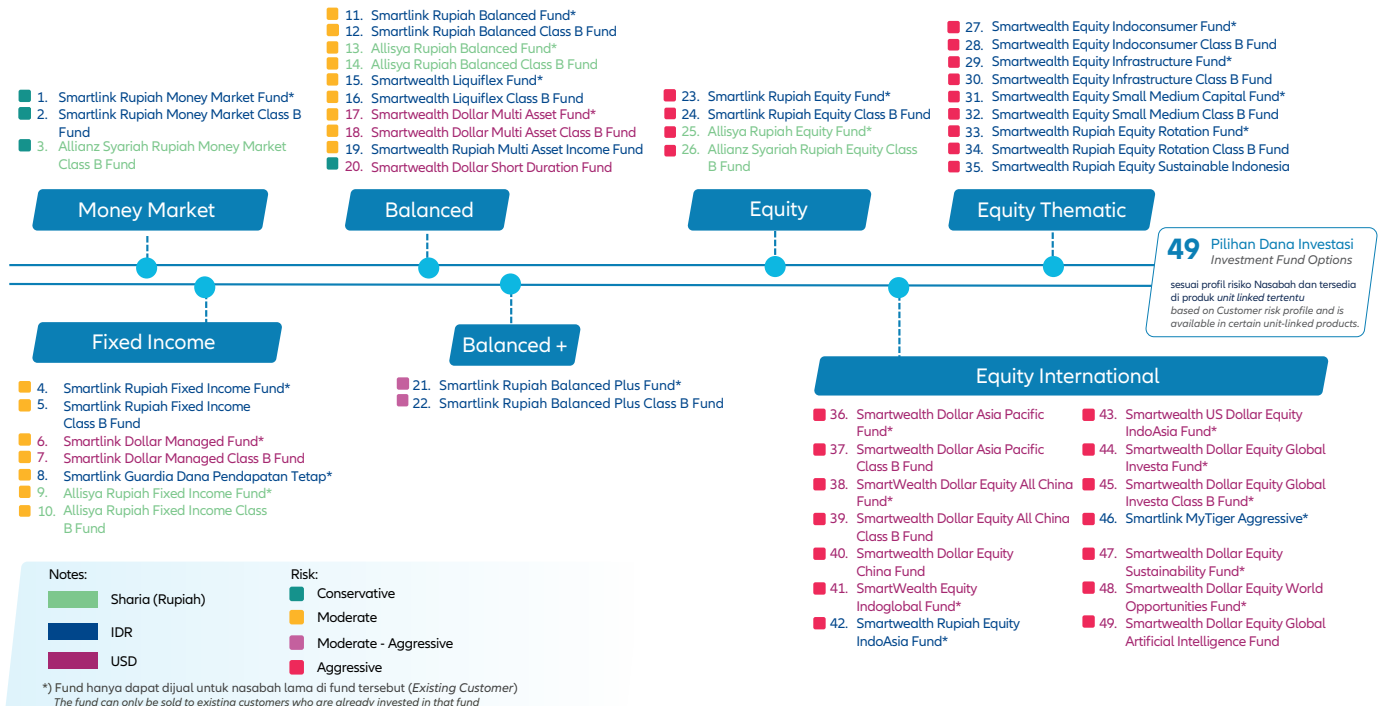
On the asset side, Indonesia enters 2026 with positive momentum but remains cautious. The stock market continues to receive support from local investors and expectations of improved issuer performance. A series of transparency reforms are also being accelerated to address MSCI's criticisms and open opportunities for big cap stocks deemed undervalued.

For bonds, yields are likely to rise slightly due to higher issuance needs and an unstable mix of foreign participation. Nevertheless, domestic institutional investor interest is expected to remain strong, helping to maintain market stability. Meanwhile, money market instruments are expected to remain attractive due to abundant liquidity and consistent market operations. We maintain a positive outlook for the Indonesian bond market in 2026, whilst keeping a close eye on the direction of Bank Indonesia and the Fed's monetary policy, future budget deficits, and the evolving global geopolitical landscape. Overall, the Indonesian capital market enters 2026 on a firmer footing, with local investors serving as the main anchor amidst shifting global capital flows and geopolitical fragmentation.

Given these conditions, it is advisable to periodically review investment objectives, time horizons, and risk tolerance. Diversify investments across various asset classes to mitigate risk, whilst ensuring that investment instruments are selected in line with one's risk profile.

Performa Dana Investasi

Investment Fund Performance



Tinjauan Teknik & Operasional

Technical & Operational Review

Sehubungan dengan layanan operasional dan teknis yang diberikan oleh Perusahaan, Allianz senantiasa menjunjung tinggi nilai-nilai dan etika bisnis serta mematuhi berbagai regulasi yang ditetapkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan regulator terkait lainnya. Salah satu prioritas utama Perusahaan adalah perlindungan terhadap nasabah, yang diwujudkan melalui penerapan prinsip-prinsip seperti transparansi, perlakuan yang adil, keandalan, kerahasiaan, serta keamanan data dan informasi nasabah. Selain itu, penanganan pengaduan serta penyelesaian sengketa secara sederhana, cepat, dan dengan biaya terjangkau telah diimplementasikan oleh Perusahaan.

Sebagai bagian dari komitmen untuk memberikan layanan yang terbaik bagi nasabah, Perusahaan telah melakukan berbagai inovasi dan penyesuaian dalam proses operasional dan teknis, antara lain: [\[OJK F.26\]](#)

- *Playbook Health Claim* sebagai panduan untuk proses klaim *health* bagi Tenaga Pemasar.
- Penyederhanaan pengisian Surat Kuasa Pendebetan Rekening (SKPR).
- *TPA Daily Transaction Monitoring Dashboard*.
- Minimalisir penggunaan surat cetak untuk surat klaim life.
- Meningkatkan *Quality Assurance Framework* untuk pemantauan yang lebih baik guna meningkatkan kualitas kerja staf.
- Ekspansi Jaringan Blue Eagle Network (BEN). Pada Oktober 2025, Allianz memperluas jaringan Blue Eagle Network (BEN) hingga mencakup 100 rumah sakit di seluruh Indonesia. Langkah ini memastikan akses layanan kesehatan yang lebih luas dan memudahkan nasabah dalam memperoleh perawatan berkualitas dengan sistem *cashless*.
- Peningkatan *Straight-Through Processing* (STP) pada proses klaim dalam mempercepat proses klaim tanpa mengurangi kualitas verifikasi, dengan hasil:
 - a. Asuransi Jiwa Individual: STP meningkat sebanyak 4% dibandingkan dengan tahun sebelumnya.
 - b. Asuransi Kesehatan: STP meningkat hingga 32%.
 - c. Reimbursement Klaim Kesehatan: STP mencapai 65%, naik dari 52% pada YTD 2024.

In relation to the operational and technical services provided by the Company, Allianz is committed to upholding business values and ethics and complying with various regulations set by the Financial Services Authority (OJK) and other relevant regulators. One of the Company's top priorities is customer protection, which is realised through the application of principles such as transparency, fair treatment, reliability, confidentiality, and security of customer data and information. In addition, the Company has implemented a simple, fast, and affordable complaint handling and dispute resolution process.

As part of our commitment to provide the best service for customers, the Company has made various innovations and adjustments to its operational and technical processes, including: [\[OJK F.26\]](#)

- *Playbook Health Claim as a guide for the health claim process for Marketing Personnel.*
- *Simplification of the filling out of the Account Debit Power of Attorney (SKPR).*
- *TPA Daily Transaction Monitoring Dashboard.*
- *Minimizing the use of printed letters for life insurance claims.*
- *Improving the Quality Assurance Framework for better monitoring to enhance staff performance.*
- *Expansion of the Blue Eagle Network (BEN). In October 2025, Allianz expanded the Blue Eagle Network (BEN) to cover 100 hospitals throughout Indonesia. This step ensures wider access to healthcare services and makes it easier for customers to obtain quality care with a cashless system.*
- *Improvement of Straight-Through Processing (STP) in the claims process to speed up the claims process without reducing the quality of verification, with the following results:*
 - a. *Individual Life Insurance: STP increased by 4%, compared to previous year.*
 - b. *Health Insurance: STP increased to 32%.*
 - c. *Health Claim Reimbursement: STP reached 65%, up from 52% in YTD 2024.*

- Percepatan investigasi klaim berhasil dipangkas dari 60 hari menjadi 45 hari.
- Sistem Kontrol Tarif Rumah Sakit dengan menerapkan sistem digital kontrol tarif untuk memastikan seluruh biaya perawatan di rumah sakit jaringan BEN sesuai dengan tarif resmi yang berlaku dengan tujuan untuk menjaga konsistensi biaya, mencegah tagihan berlebihan, dan memberikan rasa aman karena seluruh biaya telah diverifikasi sesuai standar.
- Pembaruan *Website* Daftar Provider diperbarui dengan fitur lokasi Google Maps, yang bertujuan:
 - a. Memudahkan nasabah menemukan rumah sakit atau klinik rekanan cashless terdekat.
 - b. Memberikan pengalaman digital yang lebih cepat, akurat, dan praktis.
 - c. Sangat membantu saat nasabah membutuhkan layanan medis segera.
- *Claim investigation acceleration successfully reduced from 60 days to 45 days.*
- *Hospital Rate Control System by implementing a digital rate control system to ensure that all treatment costs at BEN network hospitals are in accordance with the applicable official rates with the aim of maintaining cost consistency, preventing excessive billing, and providing a sense of security because all costs have been verified according to standards.*
- *Provider List Website Update updated with Google Maps location feature, which aims to:*
 - a. *Make it easier for customers to find the nearest cashless partner hospital or clinic.*
 - b. *Provide a faster, more accurate and practical digital experience.*
 - c. *Be very helpful when customers need immediate medical services.*

Dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan, Allianz secara reguler mengadakan pelatihan bagi frontliner untuk meningkatkan pengetahuan akan produk dan proses yang berfokus pada pencarian solusi bagi nasabah. Berbagai inovasi dan perbaikan yang dilakukan berdasarkan masukan nasabah telah membuahkan hasil dengan tingkat kepuasan nasabah 4,46 dari skala 5,0.

As part of its efforts to improve service quality, Allianz regularly conducts training for frontliners to enhance their knowledge of products and processes focused on finding solutions for customers. Various innovations and improvements made based on customer feedback have yielded results with a customer satisfaction rating of 4.46 out of 5.0.

Selain itu, Allianz juga berhasil meraih beberapa penghargaan di tahun 2025, yaitu Contact Center Service Excellence Award (CCSEA), di mana Allianz Care Call Center Life and Health Insurance meraih predikat Exceptional Service Performance. [OJK F.30]

Additionally, Allianz also secured several awards in 2025, including the Contact Centre Service Excellence Award (CCSEA), where the Allianz Care Call Centre for Life and Health Insurance was recognised for its Exceptional Service Performance. [OJK F.30]

Dengan berbagai inovasi dan penyesuaian ini, Allianz berkomitmen untuk terus meningkatkan kualitas layanan serta memberikan pengalaman terbaik bagi para nasabah.

Allianz is committed to continuously improving service quality and providing the best experience for its customers through these innovations and adjustments.

Jumlah Pengaduan [OJK F.26] Total Complaints	2025	2024	2023
PT Asuransi Allianz Life Indonesia	1.666	3.419	2.137
DPLK Allianz Indonesia	3	4	4



.05

Tata Kelola Perusahaan

Corporate Governance

Komitmen Allianz

Allianz's Commitment

Sebagai salah satu perusahaan asuransi terkemuka di Indonesia, Allianz Life Indonesia senantiasa berkomitmen untuk menerapkan Tata Kelola Perusahaan yang Baik (*Good Corporate Governance/GCG*). Komitmen ini diwujudkan melalui pengelolaan bisnis yang profesional, prudent, dan bertanggung jawab, sejalan dengan ketentuan yang berlaku serta standar etika Perusahaan.

Dengan tata kelola yang kuat dan terstruktur, Allianz Life Indonesia menempatkan kepentingan nasabah sebagai salah satu poros utama dalam menjalankan kegiatan usaha. Perusahaan terus berupaya menjaga keterbukaan informasi, meningkatkan kualitas pengambilan keputusan, serta membangun kepercayaan melalui praktik bisnis yang transparan dan dapat dipertanggungjawabkan.

Allianz Life Indonesia menjunjung tinggi prinsip-prinsip GCG yang meliputi transparansi, akuntabilitas, tanggung jawab, kemandirian, dan kewajaran. Penerapan prinsip-prinsip tersebut dilakukan secara konsisten untuk menciptakan lingkungan kerja yang harmonis, memperkuat integritas organisasi, serta mendorong pertumbuhan Perusahaan yang berkelanjutan.

As one of the leading insurance companies in Indonesia, Allianz Life Indonesia is committed to implementing Good Corporate Governance (GCG). This commitment is realized through professional, prudent, and responsible business management, in line with applicable regulations and the Company's ethical standards.

With strong, structured governance, Allianz Life Indonesia places its customers' interests among the main pillars of its business activities. The Company continues to strive to maintain information disclosure, improve decision-making quality, and build trust through transparent and accountable business practices.

Allianz Life Indonesia upholds the GCG principles, which include transparency, accountability, responsibility, independence, and fairness. These principles are applied consistently to create a harmonious work environment, strengthen organizational integrity, and encourage the Company's sustainable growth.

Penerapan Prinsip GCG

Implementation of GCG Principles

Praktik GCG Allianz secara umum mengacu pada 5 (lima) prinsip dasar GCG, yaitu:

1. **Transparansi:** Memberikan informasi yang akurat, jelas, dan relevan tentang laporan keuangan serta kegiatan bisnis Perusahaan.
2. **Akuntabilitas:** Memastikan prinsip akuntabilitas diterapkan oleh Perusahaan dalam semua keputusan dan tindakan.
3. **Tanggung Jawab:** Melakukan kegiatan bisnis sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
4. **Kemandirian:** Mengelola dan menjalankan Perusahaan tanpa benturan kepentingan dan tekanan dari pihak manapun.
5. **Keadilan:** Bertindak adil dalam menjalankan kegiatan usaha untuk memenuhi harapan dan melindungi hak dan kepentingan para pemangku kepentingan.

Allianz's GCG practices generally refer to the five basic principles of GCG, namely:

1. *Transparency: Providing accurate, clear, and relevant information about the Company's financial reports and business activities.*
2. *Accountability: Ensuring that the Company applies the principle of accountability in all decisions and actions.*
3. *Responsibility: Conducting business activities in accordance with applicable laws and regulations.*
4. *Independence: Managing and operating the Company without conflicts of interest and pressure from any party.*
5. *Fairness: Acting fairly in conducting business activities to meet expectations and protect the rights and interests of stakeholders.*

Rapat Umum Pemegang Saham

General Meeting of Shareholders

Sebagai otoritas tertinggi di Perusahaan, Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) berfungsi mewakili kewenangan dan kepentingan pemegang saham yang tidak dimiliki Dewan Komisaris dan Direksi. RUPS merupakan wadah bagi Manajemen dan pemegang saham Perusahaan untuk mengambil keputusan penting yang berhubungan dengan aktivitas bisnis dan kinerja keuangan Perusahaan, serta hal-hal terkait lainnya. RUPS juga berfungsi sebagai forum untuk mengangkat dan memberhentikan anggota Dewan Komisaris dan Direksi.

Perusahaan wajib menyelenggarakan RUPS minimal 1 (satu) kali dalam setahun dalam bentuk RUPS Tahunan. Selain RUPS Tahunan, Perusahaan dapat menyelenggarakan RUPS Luar Biasa jika diperlukan.

Sepanjang 2025, Perusahaan menyelenggarakan 1 (satu) kali RUPS Tahunan secara sirkuler pada bulan Juni di Jakarta dan 8 (delapan) kali RUPS Luar Biasa secara sirkuler di Jakarta.

As the highest authority in the Company, the General Meeting of Shareholders (GMS) represents the authority and interests of shareholders that are not held by the Board of Commissioners and the Board of Directors. The GMS is a forum for the Company's Management and shareholders to make important decisions related to the Company's business activities and financial performance, as well as other related matters. The GMS also serves as a forum for appointing and dismissing members of the Board of Commissioners and the Board of Directors.

The Company is required to hold an Annual GMS at least once a year. In addition to the Annual GMS, the Company may hold an Extraordinary GMS if necessary.

Throughout 2025, the Company held 1 (one) Circular Annual GMS in June in Jakarta and 8 (eight) Circular Extraordinary GMSs in Jakarta.

Dewan Komisaris

Board of Commissioners

Sesuai Anggaran Dasar Perusahaan, Dewan Komisaris berperan dalam melakukan pengawasan terhadap tugas dan tanggung jawab Direksi dan Manajemen.

Tugas dan Tanggung Jawab

Dewan Komisaris menjalankan fungsi pengawasannya dengan mengemban tugas dan tanggung jawabnya, diantaranya memberikan rekomendasi dan nasehat serta mengevaluasi pelaksanaan kebijakan strategis yang berhubungan dengan kegiatan usaha dan manajemen Perusahaan.

Selain itu, Dewan Komisaris memastikan bahwa Perusahaan senantiasa menjalankan praktik GCG untuk kepentingan Perusahaan dan memenuhi hak para pemangku kepentingan. Dalam menjalankan tugasnya, Dewan Komisaris dibantu oleh Komite Audit dan Komite Pemantau Risiko.

Pedoman Kerja (Piagam)

Dewan Komisaris menjalankan tugas dan tanggung jawabnya dengan mengacu pada Piagam Dewan Komisaris. Piagam ini berfungsi sebagai pedoman kerja Dewan Komisaris yang memperjelas keanggotaan, wewenang, tugas dan tanggung jawab, serta mekanisme kerja Dewan Komisaris. Piagam ini dibuat berdasarkan hukum yang berlaku di Indonesia.

Komposisi Dewan Komisaris

Per 31 Desember 2025, komposisi Dewan Komisaris Perusahaan adalah sebagai berikut:

Nama Name	Jabatan Position
Aaron Mitchell Fryer	Komisaris Utama President Commissioner
Jens Reisch	Komisaris Commissioner
Ahmad Junaedy Ganie	Komisaris Independen Independent Commissioner
Lilis Halim	Komisaris Independen Independent Commissioner

Rangkap Jabatan

Anggota Dewan Komisaris Perusahaan yang merangkap jabatan pada Perusahaan Perasuransian, Lembaga Penjamin, dan Dana Pensiun lain adalah sebagai berikut:

Under the Company's Articles of Association, the Board of Commissioners is responsible for supervising the duties and responsibilities of the Board of Directors and Management.

Duties and Responsibilities

The Board of Commissioners carries out its supervisory function by undertaking its duties and responsibilities, including providing recommendations and advice, and evaluating the implementation of strategic policies related to the Company's business activities and management.

In addition, the Board of Commissioners ensures that the Company consistently implements GCG practices for the Company's benefit and fulfills its stakeholders' rights. In carrying out its duties, the Board of Commissioners is assisted by the Audit Committee and the Risk Monitoring Committee.

Work Guidelines (Charter)

The Board of Commissioners carries out its duties and responsibilities in accordance with the Board of Commissioners Charter. This charter serves as a working guideline for the Board of Commissioners, clarifying its membership, authority, duties, and responsibilities, as well as its working mechanisms. This charter is prepared in accordance with the applicable laws in Indonesia.

Board of Commissioners' Composition

As of December 31, 2025, the composition of the Company's Board of Commissioners is as follows:

Concurrent Positions

Members of the Company's Board of Commissioners who hold concurrent positions at other Insurance Companies, Guarantee Institutions, Pension Funds are as follows:

No.	Nama Name	Jabatan Position	Rangkap Jabatan di Perusahaan Lain Concurrent Positions in Other Companies	Bidang Usaha Perusahaan Line of Business
1	Jens Reisch	Komisaris Commissioner	- Presiden Komisaris PT Asuransi Allianz Utama Indonesia - Ketua Dewan Pengawas DPLK Allianz Indonesia - President Commissioner of PT Asuransi Allianz Utama Indonesia - Chairman of the Supervisory Board of DPLK Allianz Indonesia	- Asuransi Umum - Dana Pensiun - General Insurance - Pension Fund
2	Ahmad Junaedy Ganie	Komisaris Independen Independent Commissioner	Komisaris Independen PT Asuransi Allianz Utama Indonesia Independent Commissioner of PT Asuransi Allianz Utama Indonesia	Asuransi Umum General Insurance
3	Lilis Halim	Komisaris Independen Independent Commissioner	Anggota Dewan Pengawas DPLK Allianz Indonesia Member of the Supervisory Board of DPLK Allianz Indonesia	Dana Pensiun Pension Fund

Komisaris Independen

Tugas utama Komisaris Independen adalah menjalankan fungsi pengawasan yang mewakili kepentingan pemegang polis, tertanggung, peserta dan/atau penerima manfaat. Komisaris Independen Perusahaan juga terlibat dalam penyusunan Laporan Tahunan.

Komisaris Independen juga mengemban tugas pengawasan yang berkaitan dengan layanan dan penyelesaian klaim, serta melakukan mediasi dalam menyelesaikan sengketa yang tertunda untuk kepentingan pemegang polis.

Komisaris Independen Perusahaan diangkat dengan memperhatikan kriteria sebagai berikut:

1. Memenuhi semua persyaratan untuk menjadi anggota Dewan Komisaris sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku di Indonesia;
2. Tidak memiliki hubungan keuangan, hubungan keluarga, maupun afiliasi dengan anggota Direksi, anggota Dewan Komisaris, maupun pemegang saham Perusahaan;
3. Memahami hukum dan peraturan untuk bisnis keuangan serta hukum dan peraturan terkait lainnya yang berlaku;
4. Memiliki pengetahuan yang baik tentang kondisi keuangan Perusahaan;
5. Memiliki pengetahuan yang baik tentang kepentingan pemegang polis, tertanggung, peserta, dan/atau penerima manfaat;
6. Warga negara Indonesia dan berdomisili di Indonesia.

Independent Commissioner

The main duty of the Independent Commissioner is to perform supervisory functions that represent the interests of policyholders, insured parties, participants, and/or beneficiaries. The Company's Independent Commissioner is also involved in preparing the Annual Report.

The Independent Commissioner also carries out supervisory duties related to services and claim settlements, as well as mediating in resolving pending disputes for the benefit of policyholders.

The Company's Independent Commissioner is appointed based on the following criteria:

1. Meeting all requirements to become a member of the Board of Commissioners in accordance with applicable laws in Indonesia;
2. Having no financial, family, and affiliation with members of the Board of Directors, members of the Board of Commissioners, members of the Sharia Supervisory Board, or shareholders of the Company;
3. Understanding the laws and regulations applicable to the financial business and other relevant laws and regulations;
4. Possessing a good understanding of the Company's financial condition;
5. Possessing a good understanding of the interests of policyholders, insured parties, participants, and/or beneficiaries;
6. An Indonesian citizen and resident of Indonesia.

Rapat Dewan Komisaris

Sepanjang 2025, Dewan Komisaris telah menyelenggarakan 16 (enam belas) rapat, dengan kehadiran sebagai berikut:

Board of Commissioners' Meeting

Throughout 2025, the Board of Commissioners held 16 (sixteen) meetings, with the following attendance:

Rapat Dewan Komisaris

Board of Commissioners' Meeting

No.	Nama Name	Jabatan Position	Jumlah Kehadiran Total Attendance		Tingkat Kehadiran Attendance Rate
			Fisik / Daring In Person	Keputusan Sirkuler	
1	Aaron Mitchell Fryer	Komisaris Utama President Commissioner	5	11	100%
2	Jens Reisch	Komisaris Commissioner	4	11	93,75%
3	Ahmad Junaedy Ganie	Komisaris Independen Independent Commissioner	4	11	93,75%
4	Lilis Halim	Komisaris Independen Independent Commissioner	5	11	100%

Rapat Gabungan Dewan Komisaris dengan Direksi

Board of Commissioners and Board of Directors' Joint Meeting

No.	Nama Name	Jabatan Position	Jumlah Kehadiran Total Attendance		Tingkat Kehadiran Attendance Rate
			Fisik In Person	Daring Online	
1	Aaron Mitchell Fryer	Komisaris Utama President Commissioner	5	11	100%
2	Jens Reisch	Komisaris Commissioner	4	11	93,75%
3	Ahmad Junaedy Ganie	Komisaris Independen Independent Commissioner	4	11	93,75%
4	Lilis Halim	Komisaris Independen Independent Commissioner	5	11	100%
5	Alexander Grenz	Direktur Utama President Director	5	11	100%
6	Hasinah Jusuf	Direktur Kepatuhan Compliance Director	5	11	100%
7	Chong Fang Siong	Direktur Director	3	5	100%
8	Nina Ashani Hatumena	Direktur Director	3	4	100%
9	Gerrit Adrianus de Rijke	Direktur Director	1	2	100%
Total					

Direksi

Board of Directors

Direksi adalah organ GCG yang bertanggungjawab dalam mengelola dan menjalankan aktivitas Perusahaan sesuai dengan Anggaran Dasar Perusahaan. Direksi bertindak atas nama Perusahaan untuk kepentingan pemegang saham. Direksi menjalankan tugas dan tanggung jawabnya berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan serta peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Tugas dan Tanggung Jawab

Untuk mengoptimalkan pelaksanaan fungsinya, Direksi menerapkan manajemen risiko yang komprehensif serta memegang teguh prinsip-prinsip GCG dalam menjalankan aktivitas usaha Perusahaan.

Direksi memiliki kewenangan yang diimplementasikan secara akuntabel, khususnya dalam RUPS. Direksi juga melaporkan semua informasi yang berkaitan dengan Perusahaan kepada Dewan Komisaris.

Selain itu, Direksi memastikan bahwa Perusahaan berjalan untuk kepentingan pemegang saham, klien dan pemangku kepentingan lainnya.

Pedoman Kerja (Piagam)

Pelaksanaan tugas dan tanggung jawab Direksi mengacu pada Piagam Direksi. Piagam ini berfungsi sebagai pedoman kerja Direksi yang mengatur hal-hal terkait keanggotaan, wewenang, tugas dan tanggung jawab, serta mekanisme kerja Direksi. Piagam ini dibuat berdasarkan hukum yang berlaku di Indonesia.

The Board of Directors is the GCG body responsible for managing and conducting the Company's activities in accordance with the Company's Articles of Association. The Board of Directors acts on behalf of the Company and in the best interests of shareholders. The Board of Directors carries out its duties and responsibilities in accordance with the Company's Articles of Association and applicable laws and regulations.

Duties and Responsibilities

To optimize the performance of its functions, the Board of Directors implements comprehensive risk management and upholds GCG principles in carrying out the Company's business activities.

The Board of Director has authority which is exercised in an accountable manner, particularly at General Meetings of Shareholders. The Board of Director is also required to report all information relating to the Company to the Board of Commissioners and the Supervisory Board.

In additional, the Board of Director ensures that the Company operates in the interests of shareholders, clients and other stakeholders.

Work Guidelines (Charter)

The Board of Directors' duties and responsibilities are set out in the Board of Directors' Charter. This charter serves as a work guideline for the Board of Directors, regulating matters related to membership, authority, duties, and responsibilities, as well as the Board's working mechanisms. This charter is made in accordance with Indonesia law.

Komposisi Direksi

Per 31 Desember 2025, komposisi Direksi Perusahaan adalah sebagai berikut:

Board of Directors' Composition

As of December 31, 2025, the composition of the Company's Board of Directors is as follows:

Nama Name	Jabatan Position
Alexander Grenz	Direktur Utama President Director
Hasinah Jusuf	Direktur Kepatuhan Compliance Director
Chong Fang Siong	Direktur Director
Nina Ashani Hatumena	Direktur Director
Gerrit Adrianus de Rijke	Direktur Director

Rangkap Jabatan

Di tahun 2025, anggota Direksi Perusahaan tidak mempunyai rangkap jabatan pada perusahaan lain.

Concurrent Positions

In 2025, members of the Company's Board of Directors held concurrent positions at other companies

Rapat Direksi

Sepanjang 2025, Direksi telah menyelenggarakan 20 (dua puluh) rapat, dengan kehadiran sebagai berikut:

Board of Directors' Meeting

Throughout 2025, the Board of Directors held 20 (twenty) meetings, with the following attendance:

Rapat Direksi

Board of Directors' Meeting

No.	Nama Name	Jabatan Position	Jumlah Kehadiran Total Attendance		Tingkat Kehadiran Attendance Rate
			Fisik / Daring In Person	Keputusan Sirkuler	
1	Alexander Grenz	Direktur Utama President Director	7	13	100%
2	Hasinah Jusuf	Direktur Kepatuhan Compliance Director	7	13	100%
3	Chong Fang Siong	Direktur Director	3	5	100%
4	Nina Ashani Hatumena	Direktur Director	3	4	100%
5	Gerrit Adrianus de Rijke	Direktur Director	2	3	100%

Hubungan Afiliasi Dewan Komisaris dan Direksi

Affiliated Relationships of the Board of Commissioners and Board of Directors

No.	Nama Name	Jabatan Position	Hubungan Keuangan/Keluarga dengan Financial/Familial Relationship with		
			Anggota Direksi Lainnya Other Members of the Board of Directors	Anggota Dewan Komisaris Members of the Board of Commissioners	Pemegang Saham Shareholders
1.	Aaron Mitchell Fryer	Presiden Komisaris <i>President Commissioner</i>	Tidak Ada <i>None</i>	Tidak Ada <i>None</i>	Tidak Ada <i>None</i>
2.	Jens Reisch	Komisaris <i>Commissioner</i>	Tidak Ada <i>None</i>	Tidak Ada <i>None</i>	Tidak Ada <i>None</i>
3.	Ahmad Junaedy Ganie	Komisaris Independen <i>Independent Commissioner</i>	Tidak Ada <i>None</i>	Tidak Ada <i>None</i>	Tidak Ada <i>None</i>
5.	Lilis Halim	Komisaris Independen <i>Independent Commissioner</i>	Tidak Ada <i>None</i>	Tidak Ada <i>None</i>	Tidak Ada <i>None</i>
6.	Alexander Grenz	Direktur Utama <i>President Director</i>	Tidak Ada <i>None</i>	Tidak Ada <i>None</i>	Tidak Ada <i>None</i>
7.	Hasinah Jusuf	Direktur Kepatuhan <i>Compliance Director</i>	Tidak Ada <i>None</i>	Tidak Ada <i>None</i>	Tidak Ada <i>None</i>
8.	Chong Fang Siong	Direktur <i>Director</i>	Tidak Ada <i>None</i>	Tidak Ada <i>None</i>	Tidak Ada <i>None</i>
9.	Nina Ashani Hatumena	Direktur <i>Director</i>	Tidak Ada <i>None</i>	Tidak Ada <i>None</i>	Tidak Ada <i>None</i>
10.	Gerrit Adrianus de Rijke	Direktur <i>Director</i>	Tidak Ada <i>None</i>	Tidak Ada <i>None</i>	Tidak Ada <i>None</i>

Komite di Bawah Dewan Komisaris

Committees under the Board of Commissioners

Komite Audit

Komite Audit Perusahaan merupakan organ GCG yang bertugas mendukung pelaksanaan tugas Dewan Komisaris. Komite Audit diketuai oleh Komisaris Independen. Dengan demikian, Komite Audit dapat menjaga independensinya dalam menjalankan fungsinya.

Pedoman Kerja (Piagam)

Komite Audit menjalankan tugas dan tanggung jawabnya sesuai dengan Piagam Komite Audit. Piagam tersebut berfungsi sebagai pedoman kerja komite yang menggambarkan garis yang jelas mengenai keanggotaan, wewenang, tugas dan tanggungjawab, serta mekanisme kerja Komite Audit. Penyusunan Piagam Komite Audit mematuhi hukum yang berlaku di Indonesia maupun terhadap standar yang ditetapkan dalam Allianz Group.

Independensi Komite Audit

Seluruh anggota Komite Audit merupakan pihak yang tidak mempunyai hubungan keluarga, kepemilikan saham, atau hubungan keuangan dengan anggota Dewan Komisaris, anggota Direksi, atau Pemegang Saham Perusahaan.

Komposisi Komite Audit

Seluruh anggota Komite Audit Perusahaan diangkat berdasarkan keputusan Dewan Komisaris. Per 31 Desember 2025, komposisi Komite Audit Perusahaan adalah sebagai berikut:

Audit Committee

The Audit Committee is a GCG body tasked with supporting the Board of Commissioners in carrying out its duties. The Audit Committee is chaired by an Independent Commissioner. Thus, the Audit Committee can maintain its independence in performing its functions.

Working Guidelines (Charter)

The Audit Committee performs its duties and responsibilities in accordance with the Audit Committee Charter. The charter serves as a guideline for the committee's work, outlining clear rules regarding membership, authority, duties, and responsibilities, as well as the working procedures of the Audit Committee. The Audit Committee Charter has been drawn up in accordance with applicable Indonesian law and the standards set by the Allianz Group.

Independence of the Audit Committee

All members of the Audit Committee are who have no familial relationships, share ownership, or financial relationships with any members of the Board of Commissioners, the Board of Directors, or Shareholders of the Company.

Audit Committee's Composition

All members of the Company's Audit Committee are appointed by the Board of Commissioners. As of December 31, 2025, the composition of the Company's Audit Committee is as follows:

Nama Name	Jabatan Position
Lilis Halim	Ketua Chairman
Sunadi	Anggota Member
Patrecia Yuriske	Anggota Member
Angelique Dewi Daryanto	Anggota Independen Independent Member

Rencana Komite Audit

Ke depannya, Komite Audit akan memastikan data dan informasi Perusahaan terkelola secara terstruktur dan terintegrasi. Data yang terstruktur memudahkan Perusahaan untuk melakukan analisis dan visualisasi data, sehingga dapat digunakan untuk menyorot area yang perlu difokuskan secara lebih cepat.

Audit Committee's Plan

Going forward, the Audit Committee will ensure that the Company's data and information are managed in a structured and integrated manner. Structured data makes it easier for the Company to analyze and visualize data, enabling it to quickly highlight areas that need more focus.

Komite Pemantau Risiko

Komite Pemantau Risiko Perusahaan bertugas membantu Dewan Komisaris dalam memantau pelaksanaan praktik manajemen risiko yang baik serta menilai toleransi risiko Perusahaan secara berkala.

Risk Monitoring Committee

The Company's Risk Monitoring Committee is tasked with assisting the Board of Commissioners in monitoring the implementation of sound risk management practices and regularly assessing the Company's risk tolerance.

Komposisi Komite Pemantau Risiko

Seluruh anggota Komite Pemantau Risiko Perusahaan diangkat berdasarkan Keputusan Dewan Komisaris. Per 31 Desember 2025, komposisi Komite Pemantau Risiko Perusahaan adalah sebagai berikut:

Risk Monitoring Committee's Composition

All members of the Company's Risk Monitoring Committee are appointed by the Board of Commissioners. As of December 31, 2025, the composition of the Risk Monitoring Committee is as follows:

Nama Name	Jabatan Position
Ahmad Junaedy Ganie	Ketua Chairman
Sunadi	Anggota Member
Patecia Yuriske	Anggota Member

Komite di Bawah Direksi

Committees under the Board of Directors

Dalam pelaksanaannya, Direksi dibantu oleh Komite Investasi, Komite Pengembangan Produk, Komite Manajemen Risiko, dan Komite Pengarah Teknologi Informasi. Ketiga komite ini berada di bawah Direksi dan memiliki fungsi dan tanggung jawab tersendiri.

Komite Investasi

Komite Investasi berperan untuk memastikan bahwa semua keputusan investasi didasarkan pada kepedulian, keterampilan, dan kehati-hatian. Dalam mengemban tugasnya, Komite Investasi mengacu pada filosofi investasi Allianz Group, peraturan perundang-undangan yang berlaku, dan kondisi pasar saat ini.

Komite Pengembangan Produk

Komite Pengembangan Produk bertanggung jawab dalam menyusun strategi pengembangan dan rencana pemasaran produk asuransi sebagai bagian dari rencana strategis bisnis Perusahaan. Komite ini juga turut mengevaluasi produk asuransi baru yang akan dipasarkan, sejalan dengan pengembangan strategis dan rencana pemasaran produk asuransi. Komite Pengembangan Produk juga menilai kinerja produk asuransi, serta mengusulkan perubahan atau penghentian aktivitas pemasaran untuk produk tertentu.

Komite Manajemen Risiko

Komite Manajemen Risiko bertanggung jawab dalam melakukan evaluasi dan memberikan rekomendasi kepada Direksi terkait Manajemen Risiko, yang paling sedikit meliputi:

1. Penyusunan kebijakan, strategi, dan pedoman penerapan Manajemen Risiko serta perubahannya.
2. Perbaikan atau penyesuaian pelaksanaan Manajemen Risiko berdasarkan hasil evaluasi pelaksanaan Manajemen Risiko.
3. Penetapan hal-hal yang terkait dengan keputusan bisnis yang menyimpang dari prosedur normal.

Komite Pengarah Teknologi Informasi

Komite Pengarah Teknologi Informasi (ITSB) bertanggungjawab atas pengawasan program, rencana aksi, target yang ditetapkan, serta kegiatan yang berkenaan dengan Teknologi Informasi (TI). Termasuk identifikasi risiko dan tingkat mitigasi yang dapat diterima berkaitan dengan sumber daya dan Sistem TI (Aplikasi Bisnis dan Layanan TI). ITSB juga bertanggung jawab untuk membuat keputusan tentang topik terkait TI dalam mendukung keputusan strategis dan bisnis.

In its implementation, the Board of Directors is assisted by the Investment Committee, Product Development Committee, Risk Management Committee, and IT Steering Committee. The three committees are under the Board of Directors and have their own functions and responsibilities.

Investment Committee

The Investment Committee is responsible for ensuring that all investment decisions are based on care, skill, and prudence. In carrying out its duties, the Investment Committee refers to the Allianz Group's investment philosophy, applicable laws and regulations, and current market conditions.

Product Development Committee

The Product Development Committee is responsible for formulating product development strategies and marketing plans for insurance products as part of the Company's strategic business plan. This committee also evaluates new insurance products to be marketed, in line with strategic development and product marketing plans. The Product Development Committee also assesses the performance of insurance products and proposes changes or discontinuation of marketing activities for specific products.

Risk Management Committee

The Risk Management Committee is responsible for evaluating and providing recommendations to the President Director regarding Risk Management, which includes at least:

1. *Formulating policies, strategies, and guidelines for the implementation of Risk Management and its changes.*
2. *Improving or adjusting the implementation of Risk Management based on the results of Risk Management evaluations.*
3. *Determining matters related to business decisions that deviate from normal procedures.*

Information Technology Steering Committee

The Information Technology Steering Committee (ITSB) is responsible for overseeing programs, action plans, established targets, and activities related to Information Technology (IT). This includes identifying risks and acceptable levels of mitigation related to IT resources and systems (Business and IT Services App). The ITSB is also responsible for making IT-related decisions in support of strategic and business decisions.

Satuan Kerja Internal Audit

Divisi Internal Audit memastikan penerapan praktik tata kelola dan operasional Perusahaan dilakukan secara transparan. Internal Audit dibentuk untuk membantu Komite Audit dan Direksi, antara lain untuk menerapkan pendekatan yang sistematis dan disiplin dalam mengevaluasi dan meningkatkan praktik pengendalian internal, dan tata kelola Perusahaan. Internal Audit memberikan laporan kepada Komite Audit terkait hal-hal yang mencakup proses tindak lanjut dalam rangka memantau dan memastikan bahwa mitigasi dan perbaikan risiko telah dilakukan secara efektif.

Wewenang, jalur pelaporan, tugas dan tanggung jawab Internal Audit didefinisikan di piagam Internal Audit.

Tugas dan Tanggung Jawab

Dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya, Internal Audit meninjau semua lapisan Perusahaan serta memiliki akses tidak terbatas ke semua aktivitas, akun, catatan, properti, dan sumber daya Perusahaan.

Secara umum, tugas dan tanggung jawab Internal Audit adalah sebagai berikut:

1. Mengembangkan dan menerapkan rencana kerja tahunan Internal Audit sesuai dengan hasil audit berbasis risiko.
2. Melakukan review dan evaluasi terhadap pengendalian internal dan sistem manajemen risiko Perusahaan, serta proses tata kelola perusahaan.
3. Memberikan konsultasi, rekomendasi, dan informasi terkait kegiatan yang diaudit di seluruh lapisan manajemen.
4. Memantau pelaksanaan tepat waktu dari tindakan korektif sebagai tanggapan atas rekomendasi audit.

Internal Auditor bertanggung jawab langsung kepada Direktur Utama dan secara fungsional melapor kepada Komite Audit. Dalam struktur organisasi Perusahaan, Internal Audit bertindak secara independen tanpa adanya campur tangan dari unit operasional lainnya.

Satuan Kerja Kepatuhan

Satuan Kerja Kepatuhan berfungsi untuk membantu pelaksanaan tugas Direksi, serta memastikan Perusahaan mematuhi peraturan perundang-undangan yang berlaku dan otoritas berwenang lainnya di industri asuransi.

Internal Audit Unit

The Internal Audit Division ensures that GCG practices are carried out transparently. Internal Audit was established to assist the Audit Committee and Board of Directors, among other things, in applying a systematic and disciplined approach to evaluating and improving risk management, internal control, and corporate governance practices. Internal Audit provides the Audit Committee with reports on follow-up processes to monitor and ensure that risk mitigation and remediation are carried out effectively.

The authority, reporting lines, duties, and responsibilities of internal audit are defined in the internal audit charter.

Duties and Responsibilities

In carrying out its duties and responsibilities, Internal Audit reviews all levels of the Company and has unrestricted access to all the Company's activities, accounts, records, property and resources.

In general, the duties and responsibilities of Internal Audit are as follows:

1. *Developing and implementing the Internal Audit annual work plan in accordance with the results of risk-based audits.*
2. *Reviewing and evaluating the Company's internal controls and risk management systems, as well as corporate governance processes.*
3. *Providing consultation, recommendations, and information regarding audited activities across all levels of management.*
4. *Monitoring the timely implementation of corrective actions in response to audit recommendations.*

The Head of Internal Audit reports directly to the President Director and, functionally, to the Audit Committee. Within the Company's organizational structure, Internal Audit operates independently, free from interference from other operational units.

Compliance Unit

The Compliance Unit assists the Board of Directors in carrying out its duties and ensures that the Company complies with applicable laws and regulations, as well as other authorities in the insurance industry.

Penerapan Anti Pencucian Uang dan Pencegahan Pendanaan Terorisme

Melalui Surat Keputusan Direksi, Perusahaan telah menunjuk pejabat yang bertanggungjawab secara khusus untuk menerapkan program Anti Pencucian Uang dan Pencegahan Pendanaan Terorisme (APU & PPT).

Penerapan Anti Fraud

Perusahaan memiliki fungsi *anti-fraud* untuk memastikan penerapan 4 (empat) pilar strategi anti-fraud yakni pencegahan, deteksi, investigasi, pelaporan dan sanksi, serta pemantauan, evaluasi dan tindak lanjut, untuk memastikan pengendalian internal dan menjaga integritas Perusahaan.

Penerapan Kerahasiaan Data Privacy [OJK F.27] [GRI 418-1]

Perusahaan memiliki fungsi *Data Privacy* yang bertugas memastikan perlindungan data pribadi dan pengelolaan data sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

Satuan Kerja Manajemen Risiko

Satuan Kerja Manajemen Risiko telah dibentuk dan telah beroperasi independen yang dicerminkan antara lain dengan adanya pemisahan fungsi antara fungsi Manajemen Risiko yang melakukan identifikasi, pengukuran, pengendalian dan pemantauan risiko dengan fungsi Pengendalian Internal. Penerapan Manajemen Risiko juga bebas dari benturan kepentingan antar fungsi.

Satuan Kerja Manajemen Risiko bertanggung jawab memastikan bahwa seluruh Risiko material yang timbul dari perubahan lingkungan bisnis dan implementasi strategi dilaporkan kepada Direksi secara tepat waktu.

Satuan Kerja Manajemen Risiko harus independent terhadap fungsi bisnis dan operasional dan terhadap fungsi pengendalian internal agar tercipta 3 (tiga) jenjang pertahanan dalam Perusahaan dalam rangka mengelola risiko.

Tugas dan Tanggung Jawab

Dalam menjalankan tugasnya, Satuan Kerja Manajemen Risiko mendukung penerapan manajemen risiko Perusahaan. Hal ini dilakukan melalui pengembangan dan pembaruan strategi manajemen risiko, *risk appetite*, kerangka risiko, kebijakan, dan pemantauan profil risiko berdasarkan *risk appetite*. Seluruh hal ini dilakukan dengan melakukan proses identifikasi, pengukuran, pemantauan dan pengendalian risiko secara mendalam dan penuh kehati-hatian.

Implementation of Anti-Money Laundering and Counter-Terrorism Financing

By Board of Directors Decree, the Company has appointed an officer responsible for implementing the Anti-Money Laundering and Counter-Terrorism Financing (AML & CTF) program.

Anti-Fraud Implementation

The company has an anti-fraud function to ensure the implementation of the 4 (four) pillars of the anti-fraud strategy, namely prevention, detection, investigation, reporting and sanctions, as well as monitoring, evaluation and follow-up, to ensure internal control and maintain the integrity of the Company.

Data Privacy Implementation [OJK F.27] [GRI 418-1]

The company has a Data Privacy function responsible for ensuring the protection of personal data and the management of data in accordance with applicable legislation.

Risk Management Unit

The Risk Management Unit has been established and operates independently, as reflected, among other things, by the separation of functions between the Risk Management function, which identifies, measures, controls, and monitors risks, and the internal control function. The implementation of Risk Management is also free from conflicts of interest between functions.

The Risk Management Unit is responsible for ensuring that all material risks arising from changes in the business environment and from the implementation of strategy are promptly reported to the Board of Directors.

The Risk Management Unit must be independent of business and operational functions and of internal control functions to create 3 (three) levels of defense within the Company to manage risk.

Duties and Responsibilities

In carrying out its duties, the Risk Management Work Unit supports the implementation of the Company's risk management. This is done through the development and updating of risk management strategies, *risk appetite*, risk frameworks, and policies, and through the monitoring of risk profiles based on *risk appetite*. All of this is done through a thorough, careful process of risk identification, measurement, monitoring, and control.

Aspek Manajemen Risiko

Risk Management Aspects

Perusahaan telah menetapkan Kebijakan Manajemen Risiko yang di dalamnya telah mengadopsi Peraturan OJK Nomor 28 Tahun 2025 tentang Penerapan Manajemen Risiko Bagi Perusahaan Perasuransian, Lembaga Penjamin, dan Dana Pensiun serta peraturan dari Allianz Grup. Perusahaan telah menerapkan Manajemen Risiko, yang paling sedikit mencakup 4 (empat) pilar yaitu:

1. Pengawasan aktif Direksi dan Dewan Komisaris.
2. Kecukupan kebijakan dan prosedur Manajemen Risiko serta penetapan limit Risiko.
3. Kecukupan proses identifikasi, pengukuran, pengendalian, dan pemantauan Risiko, serta sistem informasi Manajemen Risiko; dan
4. Sistem pengendalian internal yang komprehensif.

Mengadopsi Peraturan OJK Nomor 28 Tahun 2025, di bawah ini ruang lingkup penerapan manajemen risiko di Perusahaan:

- a. Risiko strategis
- b. Risiko operasional
- c. Risiko asuransi
- d. Risiko kredit
- e. Risiko pasar
- f. Risiko likuiditas
- g. Risiko hukum
- h. Risiko kepatuhan
- i. Risiko reputasi

Perusahaan memiliki Komite Manajemen Risiko yang independen. Komite Manajemen Risiko bersifat nonstruktural, yang anggotanya merupakan bagian dari struktur yang terdapat dalam Perusahaan.

Wewenang dan Tanggung Jawab Komite

Komite Manajemen Risiko diatur secara rinci pada Piagam Komite Manajemen Risiko.

Komite Pemantau Risiko juga dibentuk dan bertugas membantu Dewan Komisaris dalam memantau pelaksanaan Manajemen Risiko yang disusun oleh Direksi.

The Company has established a Risk Management Policy which incorporates OJK Regulation No. 28 of 2025 on the Implementation of Risk Management for Insurance Companies, Guarantee Institutions and Pension Funds, as well as regulations from the Allianz Group. The Company has implemented a Risk Management framework comprising at least 4 (four) pillars, namely:

1. *Active oversight by the Board of Directors and the Board of Commissioners.*
2. *The adequacy of Risk Management policies and procedures, as well as the setting of risk limits.*
3. *The adequacy of the processes for identifying, measuring, controlling, and monitoring risks, as well as the Risk Management information system; and*
4. *A comprehensive internal control system.*

In accordance with OJK Regulation No. 28 of 2025, the scope of risk management application within the Company is as follows:

- a. *Strategic risk*
- b. *Operational risk*
- c. *Insurance risk*
- d. *Credit risk*
- e. *Market risk*
- f. *Liquidity risk*
- g. *Legal risk*
- h. *Compliance risk*
- i. *Reputational risk*

The Company has an independent Risk Management Committee. The Risk Management Committee is a non-executive body, whose members are part of the Company's existing structure.

Authority and Responsibilities of the Committee

The Risk Management Committee is regulated in detail in the Risk Management Committee Charter.

A Risk Monitoring Committee has also been established and is tasked with assisting the Board of Commissioners in overseeing the implementation of Risk Management developed by the Board of Directors.

Penilaian Tingkat Kesehatan Perusahaan

Mengacu kepada Peraturan OJK No. 33 Tahun 2025 tentang Penilaian Tingkat Kesehatan Perusahaan Perasuransian, Lembaga Penjamin, dan Dana Pensiun, Perusahaan telah menyampaikan Hasil Penilaian Sendiri Tingkat Kesehatan Perusahaan untuk posisi akhir bulan Desember 2025.

Berdasarkan hasil penilaian sendiri Tingkat Kesehatan Perusahaan untuk posisi akhir bulan Desember 2025, secara keseluruhan tingkat kesehatan Perusahaan adalah Peringkat 2 (Dua) yang mencerminkan kondisi Perusahaan secara umum sehat sehingga dinilai mampu menghadapi pengaruh negatif yang signifikan dari perubahan kondisi bisnis dan faktor eksternal lain tercermin dari peringkat faktor penilaian, antara lain penerapan tata kelola perusahaan yang baik bagi Perusahaan, profil risiko, rentabilitas, dan permodalan yang secara umum baik. Dalam hal terdapat kelemahan maka secara umum kelemahan tersebut kurang signifikan.

Perkembangan Manajemen Risiko 2025

1. Perusahaan telah melakukan pembaharuan sesuai dengan regulasi OJK dan Grup Allianz, yakni:
 - a. Pembaharuan Kebijakan Manajemen Risiko
 - b. Penetapan Struktur Organisasi Manajemen Risiko
 - c. Pembaharuan Piagam Komite Pemantau Risiko dan Piagam Komite Manajemen Risiko
2. Perusahaan telah menyelenggarakan:
 - a. Komite Manajemen Risiko sebanyak 4 (empat) kali dalam 1 (satu) tahun
 - b. Komite Pemantau Risiko sebanyak 4 (empat) kali dalam 1 (satu) tahun
3. Perusahaan juga telah mengadakan:
 - a. Komunikasi Kebijakan Manajemen Risiko
 - b. Pelatihan kesadaran budaya risiko

Company Soundness Level Assessment

Referring to OJK Regulation No. 33 of 2025 on the Assessment of the Financial Soundness of Insurance Companies, Guarantee Institutions and Pension Funds, the Company has submitted the results of its self-assessment of financial soundness for the position as at the end of December 2025.

Based on the results of the Company's Self-Assessment of Financial Soundness for the position at the end of December 2025, the Company's overall soundness level is Composite Rating 2 (two), which reflects that the Company is generally sound and is considered capable of withstanding significant negative impacts from changes in business conditions and other external factors, as reflected in the assessment factor ratings, including the implementation of good corporate governance for the Company, risk profile, profitability, and capitalization, which are generally good. In the event of weaknesses, these are generally not significant.

Risk Management Development in 2025

1. The Company has implemented updates in accordance with OJK and Allianz Group regulations, namely:
 - a. Update of the Risk Management Policy
 - b. Establishment of the Risk Management Organisational Structure
 - c. Update of the Risk Monitoring Committee Charter and the Risk Management Committee Charter
2. The Company has convened:
 - a. The Risk Management Committee four (4) times in one (1) year
 - b. The Risk Monitoring Committee four (4) times in one (1) year
3. The Company has also conducted:
 - a. Risk Management Policy Communication
 - b. Risk culture awareness training

Unit Manajemen Investasi

Manajemen Investasi mendukung Allianz Life Indonesia dalam mengawasi dan mengelola portofolio investasi Perusahaan. Per 31 Desember 2025, Unit Pengelola Investasi dipimpin oleh Ni Made Daryanti sebagai Chief Investment Officer.

Auditor Eksternal

Laporan Keuangan Perusahaan diaudit oleh Kantor Akuntan Publik (KAP) guna menjaga akuntabilitas dan independensinya. Berikut adalah KAP yang memberikan jasa audit laporan keuangan kepada Perusahaan selama

Investment Management Unit

Investment Management supports Allianz Life Indonesia in supervising and managing the Company's investment portfolio. As of December 31, 2025, the Investment Management Unit is led by Ni Made Daryanti as Chief Investment Officer.

External Auditor

The Company's financial statements are audited by a Public Accounting Firm (KAP) to maintain accountability and independence. The following are the KAPs that have provided financial statement audit services to the Company for the last three years:

Keterangan Subject	2025	2024	2023
Akuntan Publik Public Accounting Firm	Rintis, Jumadi, Rianto & Rekan	Rintis, Jumadi, Rianto & Rekan Rintis, Jumadi, Rianto & Partners	Tanudiredja, Wibisana, Rintis & Rekan Tanudiredja, Wibisana, Rintis & Partners
Akuntan Accountant	Herry Setiadie, CPA	Herry Setiadie, CPA	Lucy Luciana Suhenda, S.E., CPA

Kebijakan Yang Mendukung Aspek Tata Kelola Perusahaan (GCG) [GRI 2-23]

Policies Supporting Corporate Governance (GCG) Aspects

Kebijakan ini merupakan pedoman wajib di dalam Allianz Life Indonesia, di mana kebijakan berfokus kepada penerapan persyaratan regulasi dan praktik standar kepatuhan di dalam Allianz Life Indonesia. Kebijakan ini membangun prinsip-prinsip utama dan tugas-tugas fungsi kepatuhan dalam Allianz Life Indonesia.

Kebijakan ini merupakan suatu keharusan di Allianz, baik secara global maupun lokal. Jika terdapat ketentuan dalam kebijakan Allianz Group yang bertentangan dengan peraturan dan hukum Indonesia, maka peraturan dan hukum Indonesia yang akan berlaku.

Kebijakan ini juga dilengkapi dengan Manual Kepatuhan, yang memberikan persyaratan dan panduan tambahan terkait pelaksanaan prinsip dan tugas Fungsi Kepatuhan sebagaimana tercantum dalam Kebijakan Kepatuhan. Tujuan dari Manual ini adalah untuk meningkatkan proses dan operasi Allianz Indonesia melalui standarisasi serta memastikan konsistensi dalam penerapan dan pelaksanaan persyaratan yang tercantum dalam Kebijakan Kepatuhan.

Allianz Privacy Standard (APS)

Allianz Privacy Standard memuat persyaratan minimum global yang berlaku dalam Allianz Group untuk Pemrosesan Data Pribadi, serta persyaratan tambahan untuk Pemrosesan EEA. APS berlaku untuk semua OE yang secara hukum terikat untuk mematuhi persyaratannya. Ketidakpatuhan terhadap APS dapat membuat karyawan terkena konsekuensi hukum, termasuk tindakan disipliner, dan dalam kasus yang sangat berat termasuk pemutusan hubungan kerja.

This policy serves as a mandatory guideline within Allianz Life Indonesia, focusing on the implementation of regulatory requirements and standard compliance practices within the company. This policy establishes the key principles and responsibilities of the compliance function at Allianz Life Indonesia.

This policy is mandatory within Allianz, both globally and locally. Should any provision in the Allianz Group policy conflict with Indonesian regulations and laws, Indonesian regulations and laws shall prevail.

This Policy is also supplemented by a Compliance Manual, which provides additional requirements and guidance regarding the implementation of the principles and duties of the Compliance Function as set out in the Compliance Policy. The purpose of this Manual is to improve Allianz Indonesia's processes and operations through standardisation and to ensure consistency in the application and implementation of the requirements set out in the Compliance Policy.

Allianz Privacy Standard (APS)

The Allianz Privacy Standard contains the minimum global requirements applicable within the Allianz Group for the Processing of Personal Data, as well as additional requirements for EEA Processing. APS applies to all OEs that are legally bound to comply with its requirements. Non-compliance with APS may result in employees facing legal consequences, including disciplinary action, and in very serious cases, termination of employment.

Pemberitahuan Privasi

Pemberitahuan Privasi ini bersifat publik dan ada didalam situs Allianz Indonesia. Pemberitahuan Privasi memberikan seluruh informasi mengenai pemrosesan data pribadi yang ada di Allianz Indonesia, yang mencakup atas seluruh Subjek Data terkait, meliputi Data Pribadi dari seluruh karyawan, nasabah, dan rekan bisnis (individu) Allianz (syariah & non-syariah) Indonesia dan lain-lain yang berisi aturan & prinsip-prinsip yang berlaku di Allianz Indonesia mengenai Perlindungan & Privasi Data, serta peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Kebijakan Antikorupsi

Kebijakan ini mengatur standar minimum dari Anti-Korupsi dan Anti-Penyuapan di Allianz Indonesia. Kebijakan ini bertujuan untuk memenuhi ketentuan perundang-undangan yang berlaku sehingga Allianz dapat terhindar dari sanksi hukum dan reputasi negatif sebagai akibat dari tindakan ilegal dan kriminal, seperti korupsi atau penyuapan. Kebijakan ini dibuat sebagai bentuk dari komitmen Allianz dalam menerapkan kontrol kepatuhan yang kuat dan efektif dengan tujuan dalam mencegah tindakan korupsi dan suap.

[GRI 3-3]

Tidak terdapat insiden korupsi yang terkonfirmasi di lingkungan operasional Perusahaan. Tidak ada karyawan yang diberhentikan atau dikenai sanksi disipliner terkait korupsi, dan tidak terdapat kontrak dengan mitra bisnis yang diakhiri atas dasar pelanggaran kebijakan antikorupsi. Perusahaan juga tidak menghadapi tuntutan hukum terkait korupsi sepanjang periode pelaporan. [GRI 205-3]

Kebijakan Anti Pencucian Uang, Pencegahan Pendanaan Terorisme & Pencegahan Pendanaan Proliferasi Senjata Pemusnah Massal (APU, PPT & PPPSPM)

Kebijakan yang disusun dalam rangka penerapan APU, PPT & PPPSPM sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku. Kebijakan ini mengatur, antara lain:

1. Proses uji tuntas calon nasabah/nasabah.
2. Prinsip mengenali pegawai.
3. Pemantauan transaksi dan pelaporan transaksi yang mencurigakan.
4. Pelatihan APU, PPT & PPPSPM

Privacy Notice

This Privacy Notice is publicly available on the Allianz Indonesia website. The Privacy Notice provides comprehensive information regarding the processing of personal data at Allianz Indonesia, covering all relevant Data Subjects, including the personal data of all employees, customers, and business partners (individuals) of Allianz (Sharia & non-Sharia) Indonesia and others, containing the rules and principles applicable at Allianz Indonesia regarding Data Protection and Privacy, as well as applicable laws and regulations.

Anti-Corruption Policy

This policy sets out the minimum standards for Anti-Corruption and Anti-Bribery at Allianz Indonesia. This policy aims to comply with applicable laws and regulations so that Allianz can avoid legal sanctions and negative reputational consequences resulting from illegal and criminal acts, such as corruption or bribery. This policy has been established as a manifestation of Allianz's commitment to implementing robust and effective compliance controls with the aim of preventing acts of corruption and bribery. [GRI 3-3]

There were no confirmed incidents of corruption within the Company's operational environment. No employees were dismissed or subject to disciplinary sanctions related to corruption, and no contracts with business partners were terminated due to violations of anti-corruption policies. The Company also did not face any legal proceedings related to corruption throughout the reporting period. [GRI 205-3]

Policy on Anti-Money Laundering, Counter-Terrorism Financing & Counter-Proliferation Financing of Weapons of Mass Destruction

This policy was developed to implement AML, CTF & CPFWMD in accordance with applicable laws and regulations. Among other things, this policy regulates:

1. *The due diligence process for prospective customers.*
2. *Know Your Employee principle.*
3. *Monitoring of transactions and reporting of suspicious transactions.*
4. *AML, CTF & CPFWMD training.*

Kebijakan & Protokol Anti-Fraud

1. Kebijakan Anti Fraud

Kebijakan ini merupakan pedoman Allianz Indonesia untuk mengkaji dan menyikapi risiko fraud dari internal maupun eksternal, dan menentukan prosedur, peran, dan tanggung jawab dalam menangani dan melaporkan kasus fraud yang nyata, serta pedoman untuk mengidentifikasi program dan aktivitas yang dilakukan dalam rangka mencegah dan mendeteksi adanya fraud seperti penipuan klaim asuransi, penggelapan premi, manipulasi data TI, dan penyajian data keuangan yang salah maupun disengaja.

2. Protokol Investigasi

Protokol ini berfungsi sebagai sumber referensi dan praktik terbaik dalam penanganan dan koordinasi dalam investigasi.

Anti-Fraud Policies and Protocols

1. Anti-Fraud Policy

This policy serves as a guideline for Allianz Indonesia to assess and address fraud risks, both internal and external, and to establish procedures, roles, and responsibilities for handling and reporting actual cases of fraud, as well as guidelines for identifying programmes and activities undertaken to prevent and detect fraud, such as insurance claim fraud, premium embezzlement, IT data manipulation, and the misrepresentation or deliberate falsification of financial data.

2. Investigation Protocol

This protocol serves as a reference and best practice guide for the handling and coordination of investigations.

Kebijakan Hadiah dan Hiburan

Kebijakan ini menetapkan standar minimum Allianz Indonesia mengenai Hadiah dan Hiburan termasuk Undangan. Kebijakan ini merupakan bagian tambahan dari Kode Etik Allianz dan Kebijakan Anti Korupsi Allianz. Secara umum, karyawan dilarang menawarkan, memberikan, menjanjikan, atau menyetujui segala bentuk hadiah atau hiburan untuk nasabah atau mitra bisnis, atau menerima hal serupa dari mereka untuk mencegah konflik atau potensi timbulnya konflik antara kepentingan karyawan dengan tanggung jawabnya di Allianz, nasabah atau mitra bisnis.

[GRI 2-23, 205-2]

Gift and Entertainment Policy

This policy sets out Allianz Indonesia's minimum standards regarding gifts and hospitality, including invitations. This policy forms an integral part of the Allianz Code of Conduct and the Allianz Anti-Corruption Policy. In general, employees are prohibited from offering, giving, promising or agreeing to any form of gift or entertainment to customers or business partners, or accepting such items from them, in order to prevent conflicts or the potential for conflicts of interest between the employee's personal interests and their responsibilities at Allianz, towards customers or business partners. [GRI 2-23, 205-2]

Kode Etik Penjualan

Kode Etik Penjualan berlaku untuk semua para pegawai penjualan, pemimpin agensi, agen asuransi, perantara penjualan atau perwakilan penjualan asuransi lainnya yang melakukan penjualan produk Allianz dan sekaligus bertindak untuk dan atas nama Allianz di depan nasabah.

[GRI 2-23, 205-2]

Sales Code of Conduct

The Sales Code of Conduct applies to all sales employees, agency leaders, insurance agents, sales intermediaries, or other insurance sales representatives who sell Allianz products and act for and on behalf of Allianz in front of customers. [GRI 2-23, 205-2]

Pedoman dan Prosedur Whistleblowing

[GRI 2-26]

Tujuan dari pedoman dan prosedur Whistleblowing adalah memastikan tindakan ilegal atau Tindakan tidak patut dalam atau atas nama Allianz dapat diatasi secara tepat untuk melindungi Allianz dan karyawan dari dampak tindakan ilegal atau tidak patut tersebut.

Whistleblowing Guidelines and Procedures

[GRI 2-26]

The purpose of the Whistleblowing guidelines and procedures is to ensure that illegal or improper actions within or on behalf of Allianz are addressed appropriately, protecting Allianz and its employees from their impact.

Pedoman Benturan Kepentingan

Kebijakan ini menetapkan standar minimum Allianz Indonesia mengenai Hadiah dan Hiburan termasuk Undangan. Kebijakan ini merupakan bagian tambahan dari Kode Etik Allianz dan Kebijakan Anti Korupsi Allianz. Secara umum, karyawan dilarang menawarkan, memberikan, menjanjikan, atau menyetujui segala bentuk hadiah atau hiburan untuk nasabah atau mitra bisnis, atau menerima hal serupa dari mereka untuk mencegah konflik atau potensi timbulnya konflik antara kepentingan karyawan dengan tanggung jawabnya di Allianz, nasabah atau mitra bisnis.

[GRI 2-15]

Kebijakan Uji Tuntas Perantara Penjualan

Ketika merekrut agen dan perantara penjualan dibutuhkan langkah-langkah tertentu untuk mengurangi kemungkinan risiko reputasi, hukum, atau peraturan atas hubungan kerja sama tersebut. Untuk tujuan tersebut, maka ditetapkan indikator peringatan dini atas risiko korupsi dan kecurangan pada proses perekrutan agen dan perantara penjualan yang bertindak untuk dan atas nama Allianz Indonesia.

[GRI 2-23, 205-2]

Kebijakan Hubungan dengan Nasabah dari Instansi Pemerintah

Kebijakan ini bertujuan untuk memberikan panduan bagi Allianz dalam berinteraksi dan berhubungan bisnis secara langsung dengan nasabah instansi pemerintah. Seluruh karyawan Allianz Indonesia harus mematuhi semua kebijakan yang relevan dalam hubungannya dengan Kebijakan ini. [GRI 2-23, 205-2]

Pedoman Penyaringan Integritas Pemasok

Pedoman ini menjadi dasar bagi Allianz Indonesia untuk melakukan penyaringan pemasok sebelum melakukan kerja sama, sebagai upaya yang dilakukan oleh Allianz Indonesia untuk meyakinkan bahwa pemasok (baik individu maupun nonindividu) yang akan bekerja sama dengan Allianz Indonesia adalah pihak yang memiliki komitmen anti korupsi, kredibilitas, serta rekam jejak yang baik. [GRI 2-23, 205-2]

Conflict of Interest Policy

These guidelines form the basis for Allianz Indonesia's management of risks associated with conflicts of interest. In accordance with the Allianz Code of Conduct, all Allianz Indonesia employees must avoid situations that involve, or may involve, a conflict between the personal interests of Allianz Indonesia employees and the interests of Allianz Indonesia. These guidelines cover the existing processes and procedures to facilitate compliance and the consequences of non-compliance. These guidelines aim to assist Allianz Indonesia employees in making the right decisions when faced with potential conflicts of interest. [GRI 2-15]

Sales Intermediary Due Diligence Policy

When recruiting sales agents and intermediaries, certain measures are required to minimise the reputational, legal or regulatory risks that may arise from such working relationships. To this end, early warning indicators have been established regarding the risks of corruption and fraud in the recruitment process for sales agents and intermediaries acting on behalf of Allianz Indonesia. [GRI 2-23, 205-2]

Policy on Relationships with Customers from Government Agencies

This policy is intended to provide guidance to Allianz on how to interact and conduct business directly with government agency customers. All employees of Allianz Indonesia must comply with all relevant policies in relation to this Policy. [GRI 2-23, 205-2]

Supplier Integrity Screening Policy

These guidelines form the basis for Allianz Indonesia's supplier vetting process prior to entering into a partnership, as part of Allianz Indonesia's efforts to ensure that suppliers (whether individuals or non-individuals) who are to work with Allianz Indonesia are parties with a commitment to anti-corruption, credibility and a good track record. [GRI 2-23, 205-2]

Kebijakan Sponsorship

Kebijakan ini memberikan panduan bagi Allianz Indonesia dalam pemberian sponsor kepada klien dan mitra bisnis, untuk meminimalisir kemungkinan timbulnya konflik antara kepentingan karyawan dengan tanggung jawabnya di Allianz, maupun antara nasabah atau mitra bisnis. Sponsor yang diberikan harus sesuai dengan Kode Etik Allianz, Kebijakan Anti-Korupsi Allianz Indonesia, Kebijakan Hadiah dan Hiburan Allianz Indonesia, serta peraturan dan hukum setempat yang berlaku. [GRI 2-23, 205-2]

Etika Bisnis dan Integritas

Perusahaan berkomitmen tinggi dalam menerapkan pedoman perilaku (*Code of Conduct*) dari Allianz Group sebagai bagian dari kegiatan sehari-hari untuk seluruh pemangku kepentingan.

Berbagai inisiatif telah dijalankan Perusahaan guna memupuk pemahaman yang sejalan serta memastikan penerapan pemahaman tersebut secara konsisten, mencakup: [GRI 2-23, 205-2]

1. Pelaksanaan *Mandatory Online Training* yang dilaksanakan secara tahunan serta wajib diikuti setiap pemangku kepentingan di Allianz Indonesia:
 - a. Deklarasi *Capital Market & PAD*
 - b. Kode Etik & Pernyataan Benturan Kepentingan
 - c. *Data Privacy*
 - d. *Anti-Trust, Economic Sanction*, Anti Pencucian Uang, Anti Korupsi, Anti Penipuan
 - e. Perlindungan Konsumen/*Sales Compliance Dealing with Government*
2. Penyampaian berbagai kampanye dan aktivitas kesadaran nilai melalui berbagai kanal komunikasi internal

Selain kode etik, Perusahaan berkomitmen menegakkan integritas dengan mematuhi hukum, peraturan, dan aturan eksternal lain yang mengatur operasional kami, di seluruh yurisdiksi tempat kami beroperasi. Hal yang sama berlaku untuk aturan di internal Perusahaan. Ketidakpatuhan dapat membuat Perusahaan dan karyawannya terkena konsekuensi, seperti rusaknya reputasi, kerugian finansial, atau sanksi dari regulator dan sanksi pidana. Kami tidak terlibat dalam aktivitas bisnis apa pun yang berupaya secara langsung atau tidak langsung melanggar atau mengelabui hukum atau aturan lainnya yang berlaku.

Sponsorship Policy

This policy provides guidance to Allianz Indonesia on the provision of hospitality to clients and business partners, in order to minimise the potential for conflicts of interest between employees' personal interests and their responsibilities at Allianz, or between clients or business partners. Any hospitality provided must comply with the Allianz Code of Conduct, the Allianz Indonesia Anti-Corruption Policy, the Allianz Indonesia Gifts and Entertainment Policy, and applicable local regulations and laws. [GRI 2-23, 205-2]

Business Ethics and Integrity

The Company is strongly committed to implementing the Allianz Group's Code of Conduct in its daily activities for all stakeholders.

The Company has implemented various initiatives to foster a shared understanding and ensure its consistent application, including: [GRI 2-23, 205-2]

1. *The implementation of Mandatory Online Training, which is conducted annually and must be attended by all stakeholders at Allianz Indonesia:*
 - a. *Capital Market & PAD Declaration*
 - b. *Code of Conduct & Conflict of Interest Statement*
 - c. *Data Privacy*
 - d. *Anti-Trust, Economic Sanctions, Anti-Money Laundering, Anti-Corruption, Anti-Fraud*
 - e. *Consumer Protection/Sales Compliance Dealing with Government*
2. *Communicating various campaigns and awareness activities through various internal communication channels*

In addition to the code of conduct, the Company is committed to upholding integrity by complying with laws, regulations, and other external rules governing its operations in all jurisdictions in which it operates. The same applies to internal company rules. Non-compliance may expose the Company and its employees to consequences such as reputational damage, financial losses, regulatory sanctions, and criminal penalties. We do not engage in any business activities that directly or indirectly violate or circumvent applicable laws or other rules.

Tata Kelola Keberlanjutan

Sustainable Governance

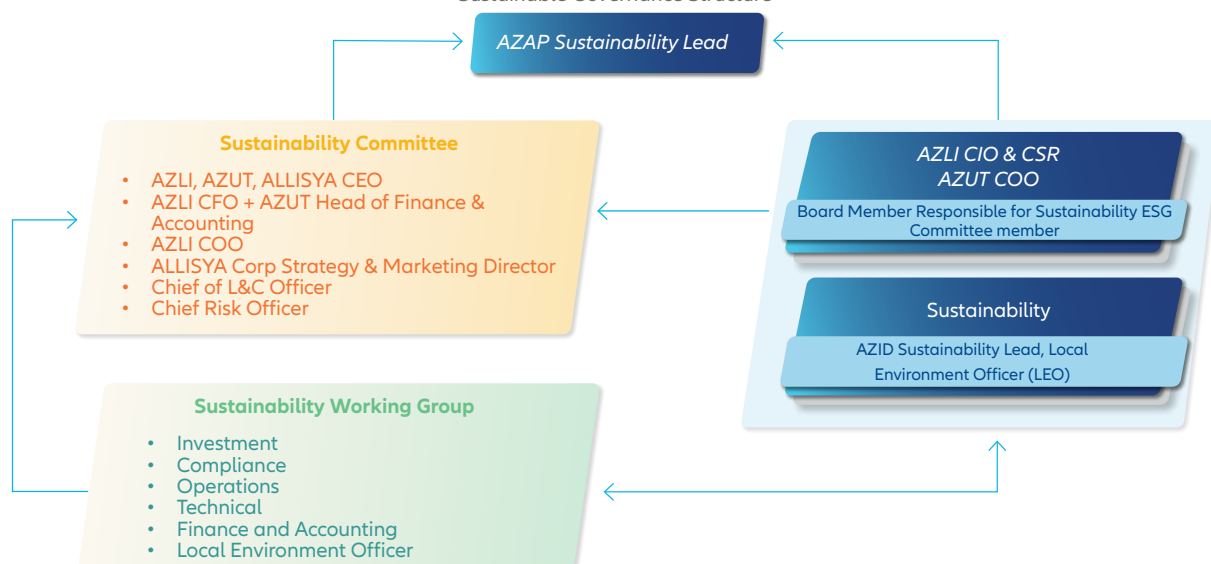
Dalam menjalankan praktik keberlanjutan, Allianz Life mengacu pada prinsip ESG (*environmental, social, and governance*) guna memastikan penerapan tata kelola perusahaan yang baik. Kami memahami sepenuhnya, implementasi tata kelola keberlanjutan akan mendukung pencapaian keberlanjutan usaha Allianz Life dalam jangka panjang dan mendukung Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (*Sustainable Development Goals/SDGs*).

Dalam praktiknya, kami memiliki sejumlah divisi untuk mengelola berbagai kegiatan keberlanjutan. Divisi CSR bertanggung jawab dalam kegiatan sosial dan lingkungan, divisi HR pada ketenagakerjaan (aspek sosial), serta divisi Kepatuhan pada aspek tata kelola. Divisi-divisi tersebut bertanggung jawab dalam menyusun rencana, melakukan koordinasi dalam penerapan, memantau serta mengevaluasi efektivitas kegiatan dan berada di bawah supervisi masing-masing Direktur dan Chief yang membawahi inisiatif keberlanjutan dan bertanggung jawab langsung kepada Direktur Utama. [OJK E.1] [GRI 2-11, 2-12, 2-13, 2-14]

In implementing sustainability practices, Allianz Life refers to ESG (environmental, social, and governance) principles to ensure good corporate governance. We fully understand that implementing sustainability governance will help achieve Allianz Life's long-term business sustainability and support the Sustainable Development Goals (SDGs).

In practice, we have several divisions that manage various sustainability activities. The CSR division is responsible for social and environmental activities, the HR division for employment (social aspects), and the Compliance division for governance aspects. These divisions are responsible for developing plans, coordinating implementation, monitoring, and evaluating the effectiveness of activities, and are under the supervision of their respective Directors and Chiefs who oversee sustainability initiatives and report directly to the President Director. [OJK E.1] [GRI 2-11, 2-12, 2-13, 2-14]

Struktur Tata Kelola Keberlanjutan Sustainable Governance Structure



Perusahaan juga senantiasa berupaya meningkatkan kompetensi karyawan terkait keuangan berkelanjutan. Selama tahun 2025, karyawan mengikuti pelatihan untuk meningkatkan pemahaman dan pengembangan penerapan aspek keberlanjutan.

The Company also continuously strives to improve employees' competencies in sustainable finance. In 2025, employees participated in training to deepen their understanding and development of sustainability aspects implementation.

Tabel Peningkatan Kompetensi Karyawan terkait Keberlanjutan

Table of Sustainability-Related Employee Competency Development [OJK E.2] [GRI 2-17]

Aspek Keberlanjutan Sustainability Aspects	Nama Pelatihan Training Name	Penyelenggara Organizer	Tanggal Penyelenggaraan Event Date	Jam Pelatihan Training Hours	Jumlah Peserta Number of Participants
Tata Kelola Governance	Capital Market	Compliance Allianz Indonesia	7 Januari – 7 Februari January 7 – February 7	1 Jam 1 hour	222 Peserta 222 Participants
Tata Kelola Governance	Code of Conduct	Compliance Allianz Indonesia	10 Februari – 7 Maret February 10 – March 7	1 Jam 1 hour	1359 Peserta 1359 Participants
Tata Kelola Governance	Regulatory Compliance	Compliance Allianz Indonesia	10 Maret – 11 April March 10 – April 11	1 Jam 1 hour	1127 Peserta 1127 Participants
Tata Kelola Governance	Anti Money Laundering	Compliance Allianz Indonesia	14 April – 16 Mei April 14 – May 16	1 Jam 1 hour	1343 Peserta 1343 Participants
Tata Kelola Governance	Economic Sanction	Compliance Allianz Indonesia	20 Mei – 20 Juni May 20 – June 20	1 Jam 1 hour	1039 Peserta 1039 Participants
Tata Kelola Governance	Data Privacy: Instant Messenger	Compliance Allianz Indonesia	5 Agustus – 22 Agustus August 5 – August 22	1 Jam 1 hour	993 Peserta 993 Participants
Tata Kelola Governance	Data Privacy: Privacy Confidentiality Indonesia	Compliance Allianz Indonesia	5 Agustus – 22 Agustus August 5 – August 22	1 Jam 1 hour	993 Peserta 993 Participants
Tata Kelola Governance	Data Privacy: HR Refreshment	Compliance Allianz Indonesia	29 Agustus – 18 September August 29 – September 18	1 Jam 1 hour	16 Peserta 16 Participants
Tata Kelola Governance	Sales Compliance: Basic Level	Compliance Allianz Indonesia	29 Agustus – 18 September August 29 – September 18	1 Jam 1 hour	983 Peserta 983 Participants
Tata Kelola Governance	Sales Compliance: Advance Level	Compliance Allianz Indonesia	29 Agustus – 18 September August 29 – September 18	1 Jam 1 hour	520 Peserta 520 Participants
Tata Kelola Governance	Sales Compliance: Compliance Staff	Compliance Allianz Indonesia	29 September – 20 Oktober September 29 – October 20	1 Jam 1 hour	10 Peserta 10 Participants
Tata Kelola Governance	Anti Corruption & Anti Fraud	Compliance Allianz Indonesia	30 September – 20 Oktober September 30 – October 20	1 Jam 1 hour	1199 Peserta 1199 Participants
Lingkungan Environment	Allianz Global Sustainability Basic Training	People & Culture, CSR Allianz Indonesia	1 Oktober – 31 Desember October 1 – December 31	30 menit 30 minutes	916 Peserta 916 Participants
Tata Kelola Governance	Antitrust	Compliance Allianz Indonesia	30 Oktober – 28 November October 30 – November 28	1 Jam 1 hour	989 Peserta 989 Participants

Penilaian Risiko Atas Penerapan Aspek Keberlanjutan [OJK E.3]

Sebagai bagian dari Allianz Group, Perusahaan menyelaraskan kerangka kerja manajemen risiko Perusahaan dengan peraturan OJK dan penerapan praktik terbaik Allianz Group. Perusahaan telah menerapkan Manajemen Risiko, yang paling sedikit mencakup 4 (empat) pilar yaitu:

1. Pengawasan aktif Direksi dan Dewan Komisaris.
2. Kecukupan kebijakan dan prosedur Manajemen Risiko serta penetapan limit Risiko.
3. Kecukupan proses identifikasi, pengukuran, pengendalian, dan pemantauan Risiko, serta sistem informasi Manajemen Risiko; dan
4. Sistem pengendalian internal yang komprehensif.

Hubungan dengan Pemangku Kepentingan

[OJK E.4] [GRI 2-29]

Perusahaan telah mengidentifikasi 6 (enam) pemangku kepentingan utama berdasarkan analisa pola interaksi, sifat keterlibatan dengan kegiatan bisnis Perusahaan, serta pengaruhnya yang signifikan sepanjang tahun 2025. Keenam pemangku kepentingan tersebut ialah pemegang saham, regulator, karyawan, nasabah, mitra kerja, dan masyarakat sekitar. Perusahaan berkomitmen untuk terus melibatkan setiap pemangku kepentingan melalui kegiatan komunikasi rutin dan transparansi informasi serta kemudahan akses atas data-data Perusahaan. Berikut adalah pelibatan pemangku kepentingan yang dilakukan Perusahaan.

Risk Assessment on the Implementation of Sustainability Aspects [OJK E.3]

As part of the Allianz Group, the Company aligns its risk management framework with OJK regulations and implements Allianz Group best practices. The Company has implemented Risk Management, which includes at least 4 (four) pillars, namely:

1. Active supervision by the Board of Directors, Board of Commissioners, and Sharia Supervisory Board.
2. Adequacy of Risk Management policies and procedures and the setting of Risk limits.
3. Adequacy of risk identification, measurement, control, and monitoring processes, as well as the Risk Management information system; and
4. A comprehensive internal control system.

Stakeholders Engagement [OJK E.4] [GRI 2-29]

The Company has identified 6 (six) key stakeholders based on an analysis of interaction patterns, the nature of their involvement in the Company's business activities, and their significant influence throughout 2025. The six stakeholders are shareholders, regulators, employees, customers, business partners, and the surrounding community. The Company is committed to continuing to engage each stakeholder through regular communication, transparency in information, and easy access to Company data. The following are the stakeholder engagement activities carried out by the Company.

Hubungan dengan Pemangku Kepentingan

Stakeholders Engagement

Pemangku Kepentingan Stakeholder	Metode Pelibatan Engagement Method	Frekuensi Frequency
Pemegang saham Shareholders	• Rapat Umum Pemegang Saham • Laporan Tahunan • Laporan Keberlanjutan • Pengumuman Kinerja • Konferensi Pers • General Shareholders' Meeting • Annual Report • Sustainability Report • Performance Announcements • Press Conference	• Tahunan • Tahunan • Tahunan • Triwulanan • Sebagaimana Diperlukan • Annually • Annually • Annually • Quarterly • As Required
Regulator Regulators	• Kepatuhan terhadap peraturan • Laporan Tahunan • Laporan Keberlanjutan • Laporan Bulanan • Laporan Triwulanan • Regulatory compliance • Annual Reports • Sustainability Report • Monthly Reports • Quarterly Reports	• Sebagaimana Diperyaratkan • Tahunan • Tahunan • Bulanan • Triwulanan • As Required • Annual • Annual • Monthly • Quarterly
Karyawan Employees	• Employee Kick Off Meeting • Town Hall Meeting • Pendidikan dan Pelatihan • Sukarelawan • Employee Kick-Off Meeting • Town Hall Meeting • Education and Training • Volunteering	• Tahunan • Bulanan/Triwulan • Sebagaimana Diperlukan • Sebagaimana Diperlukan • Annually • Monthly/ Quarterly • As Required • As Required
Nasabah Customers	• Customer Gathering • Survei Kepuasan Pelanggan • Layanan Purna Jual • Mekanisme Pengaduan • Customer Gathering • Customer Satisfaction Survey • After-Sales Service • Complaint Mechanism	• Sebagaimana Diperlukan • Sebagaimana Diperlukan • Sebagaimana Diperlukan • Sebagaimana Diperlukan • As Required • As Required • As Required • As Required
Mitra Kerja Business Partners	• Gathering • Pelatihan • Evaluasi Berkala • Sukarelawan • Gathering • Training • Periodic Evaluation • Volunteers	• Sebagaimana Diperlukan • Sebagaimana Diperlukan • Sebagaimana Diperlukan • Sebagaimana Diperlukan • As Required • As Required • As Required • As Required
Masyarakat sekitar Surrounding Communities	Berpartisipasi dalam kegiatan kemasyarakatan termasuk literasi keuangan, lokakarya pengelolaan limbah, penanaman mangrove, dan kegiatan pemberdayaan masyarakat Participate in community activities, including financial literacy workshops, waste management workshops, mangrove planting, and community empowerment initiatives.	• Sebagaimana Diperlukan • As Required

Tantangan dalam Penerapan Keuangan Berkelanjutan [OJK E.5]

Dalam menerapkan aspek keberlanjutan, Perusahaan telah memetakan beberapa tantangan yang dihadapi yang berkaitan dengan lingkungan, sosial dan tata kelola. Perusahaan senantiasa berkomitmen untuk mengatasi berbagai tantangan tersebut sehingga dapat meminimalisir dampak negatif terhadap Perusahaan.

Challenges in Implementing Sustainable Finance [OJK E.5]

In implementing sustainability aspects, the Company has identified several environmental, societal, and governance challenges. The Company is committed to overcoming these challenges to minimize negative impacts on the Company.

Tantangan Aspek Keberlanjutan

Challenges in Sustainability Aspect

Tantangan Challenges	Pengaruh pada Perusahaan Impact on the Company	Upaya Perusahaan Company Efforts
Aspek Lingkungan Environmental Aspect		
Pemanasan global, kelangkaan energi serta penumpukan sampah di TPA. <i>Global warming, energy scarcity, and landfill waste accumulation.</i>	Kerusakan lingkungan dapat mengakibatkan tingginya permintaan pembayaran kerugian akibat kerusakan lingkungan. <i>Environmental damage can lead to high compensation demands.</i>	• Melakukan penanaman pohon mangrove. • Penghematan energi listrik. • Melakukan daur ulang sampah yang dihasilkan dari kegiatan kantor. • Mengurangi penggunaan kertas dan produk sekali pakai • <i>Planting mangrove trees.</i> • <i>Saving electricity.</i> • <i>Recycling waste generated from office activities.</i> • <i>Reducing the use of paper and disposable products.</i>
Aspek Sosial Social Aspect		
Perubahan perilaku dan kebiasaan. <i>Behavioral and habit changes.</i>	Perusahaan banyak menjalankan program secara <i>online</i> , sehingga masyarakat kelas bawah kurang mengenal Perusahaan secara maksimal. <i>The Company runs many online programs, so the lower classes are less familiar with them.</i>	Mempersiapkan karyawan terhadap perubahan di masa depan dan membantu mereka untuk menyesuaikan dengan kebutuhan tersebut. <i>Preparing employees for future changes and helping them adapt.</i>

Tantangan Aspek Keberlanjutan

Challenges in Sustainability Aspect

Tantangan Challenges	Pengaruh pada Perusahaan Impact on the Company	Upaya Perusahaan Company Efforts
Aspek Tata Kelola <i>Governance Aspect</i>		
Perubahan regulasi yang cepat dan adanya aturan baru yang berdampak terhadap bisnis utama Perusahaan. <i>Rapid regulatory changes and new rules that impact the Company's core business.</i>	Pengaruh terhadap bisnis dan strategi Perusahaan, Perusahaan harus mampu menyesuaikan dengan setiap perubahan yang ada dan melakukan mitigasi risiko dampak dari perubahan, apabila penyesuaian belum dapat dilakukan sesuai waktu yang ditentukan. <i>Impact on the Company's business and strategy: the Company must be able to adapt to any changes and mitigate the risks of such changes if adjustments cannot be made within the specified time frame.</i>	Perusahaan melalui koordinasi Divisi Hukum dan Kepatuhan senantiasa mengantisipasi segala perubahan dari aspek regulasi, melakukan komunikasi dan mendukung untuk penyesuaian pada strategi dan operasional Perusahaan. Perusahaan juga senantiasa melakukan koordinasi dan komunikasi kepada regulator terkait dan asosiasi untuk setiap tantangan atau perubahan regulasi yang akan memiliki dampak pada bisnis dan strategi Perusahaan. <i>Through coordination between the Legal and Compliance Divisions, the Company continuously anticipates regulatory changes, communicates them, and supports adjustments to its strategy and operations. The Company also continuously coordinates with and communicates with relevant regulators and associations regarding any challenges or regulatory changes that may impact the Company's business and strategy.</i>
Transformasi Digital di segala aspek termasuk media sosial, memberikan kemudahan bagi setiap orang untuk memberikan pendapat di ruang publik mengharuskan Perusahaan untuk dapat meningkatkan pemantauan terhadap berita yang berkembang. <i>Digital transformation in all aspects, including social media, makes it easy for everyone to express their opinions in the public sphere, requiring the Company to increase its monitoring of developing news.</i>	Pemantauan perkembangan media terkait pendapat publik atas Perusahaan, termasuk komplain yang dilakukan pada media sosial dapat memberikan dampak pada risiko reputasi Perusahaan. <i>Monitoring media developments related to public opinion about the Company, including social media complaints, can affect the Company's reputation risk.</i>	Perusahaan senantiasa meningkatkan kepatuhan terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku dari waktu ke waktu, sehingga dapat turut meningkatkan penerapan tata kelola perusahaan yang baik. Perusahaan senantiasa mengutamakan keterbukaan informasi kepada publik melalui informasi yang terdapat pada website Perusahaan dimana informasi tersebut disediakan dengan mengacu kepada ketentuan hukum yang mengatur. <i>The Company continuously improves its compliance with applicable laws and regulations, thereby enhancing the implementation of good corporate governance. The Company always prioritizes transparency to the public through information available on the Company's website, provided in accordance with applicable laws and regulations.</i>



.06

Laporan Keberlanjutan

Sustainability Report

Tentang Laporan Keberlanjutan

About the Sustainability Report

Entitas yang Termasuk dalam Pelaporan Keberlanjutan [GRI 2-2]

Laporan Keberlanjutan ini menyajikan kinerja keberlanjutan PT Asuransi Allianz Life Indonesia ("Perusahaan" atau "kami") sebagai entitas pelapor utama. Data keuangan yang disajikan dalam laporan ini mengacu pada Laporan Keuangan Konsolidasian PT Asuransi Allianz Life Indonesia dan entitas anak, yaitu PT Asuransi Allianz Life Syariah Indonesia. Terdapat penyajian kembali atas data keuangan periode sebelumnya sebagai dampak penerapan PSAK 117.

Sementara itu, data operasional, lingkungan, dan ketenagakerjaan disajikan berdasarkan cakupan data yang tersedia pada masing-masing indikator. Adapun dalam aspek tanggung jawab sosial dan lingkungan, laporan ini menyajikan data kegiatan yang terintegrasi dari entitas Allianz di Indonesia, yaitu PT Asuransi Allianz Life Indonesia, PT Asuransi Allianz Utama Indonesia, dan PT Asuransi Allianz Life Syariah Indonesia. Penyajian ini mencerminkan pengelolaan program TJSL yang dilakukan secara terpusat melalui Yayasan Allianz Peduli, sehingga data program dan dampak sosial tidak seluruhnya dapat dipisahkan berdasarkan masing-masing entitas.

Periode Pelaporan, Frekuensi, dan Kontak [GRI 2-3]

Laporan ini mencakup kinerja keberlanjutan Perusahaan untuk periode 1 Januari – 31 Desember 2025 yang diterbitkan secara tahunan. Laporan Keberlanjutan Perusahaan tahun 2025 merupakan penerbitan laporan tahun ke lima, dan dapat diakses di situs web resmi <http://www.allianz.co.id>

Penyusunan laporan mengacu pada Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) No. 51/POJK.03/2017, Surat Edaran OJK No. 16/SEOJK.04/2021, standar internasional Global Reporting Initiative (GRI) Standards, serta Sustainable Development Goals (SDGs). Hingga saat ini, Perusahaan belum menerima umpan balik atas Laporan Keberlanjutan tahun 2024.

Kami sangat menghargai pertanyaan, masukan, atau saran perbaikan dari pemangku kepentingan terkait informasi yang disajikan dalam laporan ini. Untuk pertanyaan spesifik mengenai Laporan Keberlanjutan, pemangku kepentingan dapat menghubungi:

Entities Included in the Sustainability Report [GRI 2-2]

This Sustainability Report presents the sustainability performance of PT Asuransi Allianz Life Indonesia ("the Company" or "we") as the primary reporting entity. The financial data presented in this report is derived from the Consolidated Financial Statements of PT Asuransi Allianz Life Indonesia and its subsidiary, PT Asuransi Allianz Life Syariah Indonesia. There has been a restatement of prior-period financial data as a result of the implementation of PSAK 117.

Meanwhile, operational, environmental, and labour data are presented based on the scope of data available for each indicator. As for social and environmental responsibility, this report presents integrated data on activities from Allianz entities in Indonesia, namely PT Asuransi Allianz Life Indonesia, PT Asuransi Allianz Utama Indonesia, and PT Asuransi Allianz Life Syariah Indonesia. This presentation reflects the centralised management of CSR programmes through the Allianz Peduli Foundation, meaning that programme data and social impacts cannot be fully disaggregated by individual entity..

Reporting Period, Frequency, and Contact [GRI 2-3]

This report covers the Company's sustainability performance for the period January 1 – December 31, 2025, and is published annually. The Company's 2025 Sustainability Report marks the fifth annual publication, and accessible on the official website at <http://www.allianz.co.id>.

The preparation of this report refers to Financial Services Authority (OJK) Regulation No. 51/POJK.03/2017, OJK Circular Letter No. 16/SEOJK.04/2021, the international Global Reporting Initiative (GRI) Standards, and the Sustainable Development Goals (SDGs). To date, the Company has not received any feedback on the 2024 Sustainability Report.

We highly value any questions, input, or suggestions for improvement from stakeholders regarding the information presented in this report. For specific inquiries related to the Sustainability Report, stakeholders may contact:

Tim Keberlanjutan PT Asuransi Allianz Life Indonesia

World Trade Centre (WTC) 3, Lantai 10-15
Jl. Jenderal Sudirman, Kav. 29-31
Jakarta Selatan 12920, Indonesia
E-mail: azid.esg@allianz.co.id

Sustainability Team PT Asuransi Allianz Life Indonesia

World Trade Centre (WTC) 3, Floors 10-15
Jl. Jenderal Sudirman, Kav. 29-31
South Jakarta 12920, Indonesia
E-mail: azid.esg@allianz.co.id

Penyajian Kembali Informasi [GRI 2-4]

Sejalan dengan upaya Allianz dalam memberikan gambaran kinerja yang lebih menyeluruh, terdapat penyajian kembali sejumlah informasi konsumsi energi dibandingkan pelaporan sebelumnya dengan catatan sebagai berikut:

Kami melakukan perbaikan dan meningkatkan data dalam penggunaan metodologi perhitungan konsumsi energi kerja jarak jauh tahun 2024 dan 2023 yang mencakup dua perubahan berikut:

1. Penyesuaian asumsi rata-rata luas area kerja jarak jauh, dengan asumsi meter persegi per orang yang lebih relevan.
2. Pengeluaran komponen pemanas ruangan (*heating*) dari perhitungan, sejalan dengan pembaruan *Remote Working Calculator* di tingkat Allianz.

Kedua perubahan tersebut mengakibatkan penyajian kembali data konsumsi energi kerja jarak jauh tahun 2024 dan 2023 dengan dampak sebagai berikut: Overreporting untuk Allianz Life Indonesia sebesar 12,2% dan 16,6%.

Allianz juga melakukan penyesuaian pada Laporan Keuangan tahun 2024 dan 2023 sesuai dengan disyaratkan oleh PSAK 117 - Kontrak Asuransi. Penyesuaian ini menyebabkan perubahan pada:

1. Pendapatan bersih tahun 2024
2. Jumlah aset tahun 2024 dan 2023
3. Jumlah liabilitas tahun 2024 dan 2023
4. Jumlah ekuitas tahun 2024 dan 2023

Penjaminan Eksternal [GRI 2-5]

Perusahaan melakukan limited assurance yang dilakukan sesuai dengan standar ISAE 3000 oleh auditor eksternal independen untuk sejumlah metrik dalam Laporan Keberlanjutan 2025 ini.

Daftar metrik-metrik tersebut tercantum dalam Informasi Keberlanjutan Terpilih yang Diberikan Assurance secara Independen pada halaman 169-170. Dalam pemilihan auditor eksternal, Perusahaan menerapkan proses seleksi dan evaluasi yang melibatkan persetujuan dari Direksi. Perusahaan juga memastikan bahwa hubungan dengan auditor eksternal bersifat independen dan bebas dari benturan kepentingan.

Restatement of Information [GRI 2-4]

In line with Allianz's efforts to provide a more comprehensive picture of performance, certain energy consumption figures have been restated compared to previous reports, with the following notes:

We have refined and improved the data in applying the methodology for calculating remote working energy consumption for 2024 and 2023, incorporating the following two changes:

1. *Adjustment of the assumption regarding the average remote working area, using a more relevant square metre per person figure.*
2. *Exclusion of the heating component from the calculation, in line with the update to the Remote Working Calculator at the Allianz level.*

These two changes have resulted in the restatement of the 2024 and 2023 remote working energy consumption data, with the following impact: an overreporting of 12.2% and 16.6% for Allianz Life Indonesia.

Allianz has also made adjustments to its 2024 and 2023 Financial Statements in accordance with the requirements of PSAK 117 – Insurance Contracts. These adjustments have resulted in changes to:

1. *Net income for 2024*
2. *Total assets for 2024 and 2023*
3. *Total liabilities for 2024 and 2023*
4. *Total equity for 2024 and 2023*

External Assurance [GRI 2-5]

The Company has obtained limited assurance in accordance with ISAE 3000 standards from an independent external auditor for several metrics in this 2025 Sustainability Report.

The list of metrics is included in the Selected Sustainability Information Provided with Independent Assurance on page 169-170. In selecting an external auditor, the Company implements a process that involves Board of Directors approval. The Company also ensures that its relationship with the external auditor is independent and free from conflicts of interest.

Topik Material

Topik material merupakan isu-isu keberlanjutan utama yang mencerminkan dampak paling signifikan dari operasional Perusahaan sekaligus menjadi prioritas bagi para pemangku kepentingan. Topik ini menjadi fondasi bagi pelaporan yang transparan untuk memastikan bahwa informasi yang disajikan relevan, bermanfaat dalam pengambilan keputusan, dan selaras dengan standar internasional.

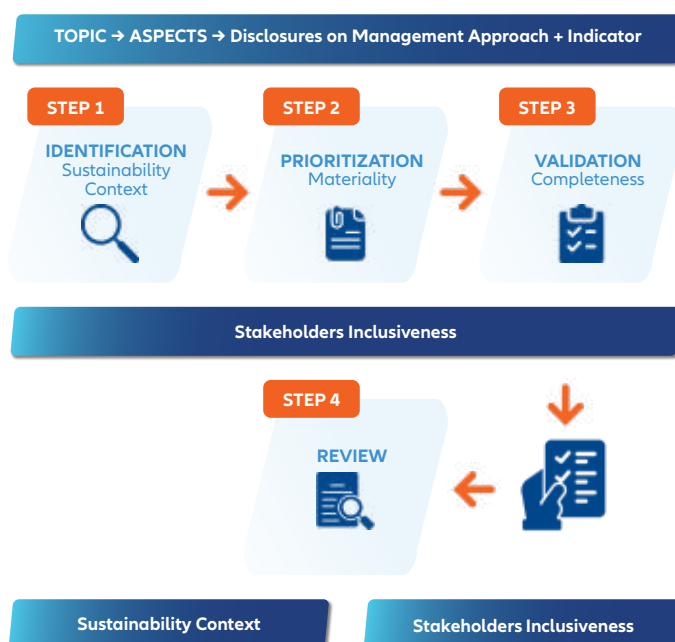
Proses penentuan topik material Perusahaan didasarkan pada panduan Global Report Initiative (GRI) sebagaimana dijelaskan pada diagram berikut.

Material Topics

Material topics are key sustainability issues that reflect the most significant impacts of the Company's operations and are priorities for stakeholders. These topics form the foundation for transparent reporting to ensure that the information presented is relevant, useful for decision-making, and aligned with international standards.

The Company's process for determining material topics is based on the Global Reporting Initiative (GRI) guidelines, as illustrated in the following diagram.

Tahap Penentuan Topik Material Stages of Determining Material Topics [GRI 3-1]



Perusahaan menjalankan 4 (empat) tahap berikut ini dalam menentukan topik material.

1. Melakukan identifikasi aspek-aspek keberlanjutan yang relevan dengan karakteristik bisnis Perusahaan dan menentukan batasan ruang lingkup (*boundary*). Pada tahap ini, Perusahaan melakukan identifikasi dampak yang sudah terjadi dan diperkirakan akan terjadi.
2. Pembuatan prioritas atas aspek-aspek keberlanjutan. Pada tahap ini, Perusahaan bukan hanya melakukan penilaian secara internal, melainkan juga melibatkan para pemangku kepentingan melalui survei tingkat materialitas dengan melibatkan agen dan peserta asuransi.
3. Validasi atas aspek material yang telah menjadi prioritas guna memastikan laporan memuat informasi kinerja positif dan negatif secara berimbang. Dalam hal ini, validasi berupa pengesahan dari Direksi.

The Company carries out the following 4 (four) stages in determining material topics.

1. Identifying sustainability aspects relevant to the Company's business characteristics and defining the scope boundary. At this stage, the Company identifies impacts that have already occurred and those expected to occur.
2. Prioritizing sustainability aspects. At this stage, the Company not only conducts an internal assessment but also involves stakeholders through a materiality survey involving insurance agents and policyholders.
3. Validation of the material aspects that have been prioritized to ensure the report contains a balanced presentation of both positive and negative performance information. In this case, validation takes the form of approval by the Board of Directors.

4. Kajian ulang atas laporan tahun sebelumnya, dengan mempertimbangkan saran dari pemangku kepentingan. Demikian pula masukan dan saran atas laporan tahun ini, akan digunakan sebagai pertimbangan dalam menentukan isi laporan tahun berikutnya.

Pada tahun 2025, Perusahaan didampingi oleh pihak ketiga independen melakukan kajian ulang (*review*) terhadap topik-topik material guna memastikan relevansinya dengan dampak operasional dan ekspektasi pemangku kepentingan saat ini. Sejalan dengan rekomendasi *assurance* eksternal dari tahun sebelumnya, kami memperkuat proses keterlibatan pemangku kepentingan dalam menentukan materialitas. Untuk menghasilkan pandangan yang komprehensif, kami mengintegrasikan masukan yang kami dapat melalui:

1. **Nasabah dan Tenaga Pemasar**

Menggunakan hasil *Net Promoter Score* (NPS) untuk merefleksikan perspektif dan kepuasan mereka.

2. **Karyawan**

Memanfaatkan *Allianz Engagement Survey* untuk menangkap prioritas utama tenaga kerja.

Selain itu, Perusahaan juga mengacu pada pembaruan program *Polaris* untuk memastikan keselarasan dengan arahan organisasi dan fokus kepemimpinan. Pendekatan terintegrasi itu bertujuan untuk meningkatkan koherensi, daya banding, dan keselarasan strategis. Dengan cara ini, manajemen dapat melihat gambaran utuh dari ekspektasi pemangku kepentingan, mengurangi duplikasi upaya, serta memperkuat kredibilitas laporan dengan menunjukkan bahwa berbagai perspektif telah diwakili secara sistematis.

Berdasarkan hasil tinjauan tersebut, Perusahaan menetapkan Operasi Berkelanjutan sebagai topik material baru di pilar Lingkungan. Topik ini mencakup fokus strategis pada efisiensi energi, pengurangan emisi Gas Rumah Kaca (GRK), serta pengelolaan air dan limbah secara optimal. Penambahan ini merupakan langkah nyata Perusahaan dalam menyelaraskan strategi dengan target iklim Allianz Group untuk mencapai emisi nol bersih (*Net Zero Emissions*).

Adapun topik material lainnya tetap dipertahankan karena masih sangat relevan dengan konteks bisnis dan prioritas strategis Perusahaan saat ini. Langkah ini dilakukan guna menjaga kontinuitas serta daya banding laporan (*comparability*) dari tahun ke tahun. Untuk meningkatkan kualitas pelaporan, Perusahaan melakukan penyempurnaan pada parameter pengukuran agar informasi dampak yang disajikan menjadi lebih jelas, akurat, dan transparan bagi seluruh pemangku kepentingan.

Berikut ini, daftar topik material yang juga telah ditinjau dan disetujui Dewan Direksi dan Anggota Dewan yang Bertanggung Jawab atas Keberlanjutan.

4. A review of the previous year's report, taking into account stakeholder feedback. Similarly, input and suggestions regarding this year's report will be considered in determining the content of next year's report.

In 2025, the Company, assisted by an independent third party, conducted a review of material topics to ensure their relevance to current operational impacts and stakeholder expectations. In line with the previous year's external assurance recommendations, we have strengthened the stakeholder engagement process in determining materiality. To generate a comprehensive perspective, we integrate the input we receive through:

1. **Customers and Sales Representatives**

Using Net Promoter Score (NPS) results to reflect their perspectives and satisfaction.

2. **Employees**

Utilizing the Allianz Engagement Survey to capture the workforce's top priorities.

Additionally, the Company refers to updates to the Polaris program to ensure alignment with organizational direction and leadership focus. This integrated approach aims to enhance coherence, comparability, and strategic alignment. In this way, management can gain a comprehensive view of stakeholder expectations, reduce duplication of efforts, and strengthen the credibility of reports by demonstrating that various perspectives have been systematically represented.

Based on the results of this review, the Company has designated Sustainable Operations as a new material topic under the Environmental pillar. This topic encompasses a strategic focus on energy efficiency, reduction of Greenhouse Gas (GHG) emissions, and optimal water and waste management. This addition represents a concrete step by the Company to align its strategy with the Allianz Group's climate targets to achieve net-zero emissions.

The other material topics remain unchanged as they are still highly relevant to the Company's current business context and strategic priorities. This step was taken to maintain continuity and the comparability of reports from year to year. To improve the quality of reporting, the Company has refined its measurement parameters so that the presented impact information is clearer, more accurate, and more transparent for all stakeholders.

Below is the list of material topics that have also been reviewed and approved by the Board of Directors and the Board Member responsible for Sustainability.

Topik Material Materiality Topic	Materialitas Materiality	Pemangku Kepentingan Stakeholder		Cakupan Scope	Indeks GRI GRI Index
		Internal	Eksternal External		
Aspek Lingkungan Environmental Aspect					
Operasi Berkelanjutan Sustainable Operations	Operasi berkelanjutan dengan mengurangi emisi GRK dan mengelola konsumsi energi, sejalan dengan target iklim Allianz Group. <i>Sustainable operations by reducing GHG emissions and managing energy consumption, in line with the Allianz Group's climate targets.</i>	Karyawan Employees		Perusahaan Company	GRI 302, 305
Pemberdayaan Digital Digital Empowerment	Meningkatkan akses pelanggan, efisiensi operasional, dan kesesuaian regulasi di pasar yang bergerak cepat menuju layanan digital dan inklusi keuangan. <i>Improving customer access, operational efficiency, and regulatory compliance in a rapidly evolving market toward digital services and financial inclusion.</i>	Karyawan Employees	Nasabah, Mitra Bisnis Customers, Business Partners	Perusahaan Company	
Aspek Sosial : Karyawan, Pelanggan, dan Masyarakat Social Aspects: Employees, Customers, and the Community					
Pengembangan Karyawan & Kesejahteraan Employee Development & Well-Being	Mendatangkan dan mempertahankan talenta, mempromosikan keragaman, dan memastikan dukungan kesehatan mental dan fisik. <i>Attracting and retaining talent, promoting diversity, and ensuring support for mental and physical health.</i>	Karyawan Employees		Perusahaan Company	GRI 401, 403, 404, 405, 406
Layanan kepada Pelanggan Customer Service	Transformasi digital meningkatkan sensitivitas data. Melindungi informasi pelanggan dan memastikan transparansi sangat penting. <i>Digital transformation increases data sensitivity. Protecting customer information and ensuring transparency are critical.</i>	Karyawan Employees	Nasabah Customers	Perusahaan Company	GRI 418
Optimasi Produk dan pemasaran Product and Marketing Optimization	Produk tetap berorientasi pada pelanggan, ditawarkan dengan harga yang kompetitif, dan sesuai dengan kebutuhan lokal—sambil memfasilitasi pemasaran yang bertanggung jawab yang mendukung inklusi keuangan, kepatuhan regulasi, dan pertumbuhan jangka panjang yang berkelanjutan. <i>Products remain customer-oriented, offered at competitive prices, and tailored to local needs—while facilitating responsible marketing that supports financial inclusion, regulatory compliance, and sustainable long-term growth.</i>	Karyawan Employees	Nasabah, Mitra Bisnis, Regulator Customers, Business Partners, Regulator	Perusahaan Company	GRI 417
Keterlibatan Komunitas & Literasi Keuangan Community Engagement & Financial Literacy	Mendukung kesiapsiagaan bencana, literasi asuransi, dan program-program komunitas lokal. <i>Supporting disaster preparedness, insurance literacy, and local community programs.</i>	Karyawan Employees	Masyarakat Community	Perusahaan Company	GRI 413
Aspek Ekonomi dan Tata Kelola Economic and Governance Aspects					
Ketahanan Keuangan & Manajemen Risiko Financial Resilience & Risk Management	Menjaga solvabilitas, kecukupan modal, dan modal berbasis risiko di pasar yang volatil, terutama pasca-pandemi dan selama guncangan terkait iklim. <i>Maintaining solvency, capital adequacy, and risk-based capital in volatile markets, particularly post-pandemic and during climate-related shocks.</i>	Karyawan Employees	Nasabah, Mitra Bisnis, Regulator Customers, Business Partners, Regulator	Perusahaan Company	GRI 201
Tata Kelola Etis & Anti-Korupsi Ethical Governance & Anti-Corruption	Risiko korupsi dan tata kelola masih menjadi prioritas nasional; perusahaan asuransi harus menjaga transparansi dan perilaku bisnis yang etis. <i>Corruption and governance risks remain a national priority; insurance companies must maintain transparency and ethical business conduct.</i>	Karyawan Employees	Nasabah, Mitra Bisnis, Regulator Customers, Business Partners, Regulator	Perusahaan Company	GRI 205

Komitmen Keberlanjutan Allianz Life

Allianz Life's Commitment to Sustainability

Pendekatan Allianz Terhadap Keberlanjutan [OJK C.1]

Sebagai perusahaan asuransi, manajer aset, dan investor global terkemuka, keberlanjutan adalah inti dari peran Allianz. Keberlanjutan menjadi panduan bagi kami dalam mencegah dan mengurangi risiko, membuka peluang pertumbuhan, serta membangun kepercayaan dengan pelanggan dan pemangku kepentingan lainnya. Selain itu, keberlanjutan juga membentuk cara kami memperkuat ketahanan komunitas, bisnis, dan individu, dengan membantu mereka agar lebih siap menghadapi tantangan, pulih dari gangguan, dan beradaptasi dengan perubahan.

Dengan tantangan lingkungan seperti perubahan iklim, hilangnya keanekaragaman hayati, dan kelangkaan sumber daya yang semakin terkait erat dengan isu sosial seperti ketimpangan dan ketidakstabilan, mendorong terciptanya masyarakat yang berkelanjutan telah menjadi kebutuhan strategis sekaligus tanggung jawab yang kami emban di Allianz. Kami percaya bahwa keberlanjutan adalah tentang memenuhi kebutuhan dasar semua orang – standar sosial minimum – sekaligus tetap menjaga batas-batas ekologis planet ini. Keberlanjutan berarti berkontribusi pada kemampuan masyarakat untuk berkembang tanpa mengorbankan kesejahteraan generasi mendatang atau lingkungan.

Selama bertahun-tahun, Allianz telah mengintegrasikan prinsip keberlanjutan ke dalam pengambilan keputusan di seluruh lini bisnis asuransi, investasi kepemilikan, dan operasional internal kami. Hal ini didukung oleh tindakan yang terukur, target ambisius, serta kolaborasi dan keterlibatan yang berkelanjutan, dengan sektor publik, swasta, dan masyarakat sipil – memastikan bahwa tindakan kami memberikan dampak nyata di dunia. Pendekatan kami dipandu oleh Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs) dari Perserikatan Bangsa-Bangsa, dengan fokus khusus pada SDG 8, 13, dan 17.

Allianz's Approach to Sustainability [OJK C.1]

As a leading global insurance company, asset manager, and investor, sustainability is at the core of Allianz's role. Sustainability guides us in preventing and mitigating risks, unlocking growth opportunities, and building trust with customers and other stakeholders. Furthermore, sustainability shapes how we strengthen the resilience of communities, businesses, and individuals, helping them better prepare for challenges, recover from disruptions, and adapt to change.

With environmental challenges such as climate change, biodiversity loss, and resource scarcity becoming increasingly intertwined with social issues like inequality and instability, driving the creation of a sustainable society has become both a strategic imperative and a responsibility we embrace at Allianz. We believe that sustainability is about meeting everyone's basic needs—minimum social standards—while staying within the planet's ecological limits. Sustainability means contributing to society's ability to thrive without sacrificing the well-being of future generations or the environment.

For years, Allianz has integrated sustainability principles into decision-making across our insurance, equity investment, and internal operations. This is supported by measurable actions, ambitious targets, and ongoing collaboration and engagement with the public, private, and civil sectors—ensuring our actions have a tangible impact on the world. Our approach is guided by the United Nations Sustainable Development Goals (SDGs), with a particular focus on SDGs 8, 13, and 17.

Dampak Sosial

Pendekatan sosial kami didasarkan pada keyakinan bahwa bisnis hanya dapat berkembang dalam masyarakat yang adil. Kami menggunakan peran kami sebagai pemberi kerja, perusahaan asuransi, investor, dan warga korporat untuk berkontribusi pada masyarakat yang lebih inklusif dan tangguh, termasuk didalamnya ialah karyawan, agen, dan nasabah.

Mengintegrasikan Keberlanjutan ke Seluruh Bisnis

Kami percaya pada pentingnya menangani isu-isu yang berdampak pada penciptaan nilai bagi seluruh pemangku kepentingan. Komitmen kami dalam mengatasi topik lingkungan, sosial, dan tata kelola (ESG), yang kami sebut sebagai keberlanjutan, tercermin dalam tiga pilar utama: pengelolaan operasional yang bertanggung jawab, penawaran produk investasi berbasis ESG, serta penerapan *pre-trade checklist* dan target dekarbonisasi pada portofolio investasi *general account* kami. Kami mengelola aspek keberlanjutan secara cermat untuk mengurangi risiko dan menangkap peluang.

Kami percaya pada pentingnya menangani isu-isu yang berdampak pada penciptaan nilai bagi seluruh pemangku kepentingan. Komitmen kami dalam mengatasi topik lingkungan, sosial, dan tata kelola (ESG), yang kami sebut sebagai keberlanjutan, berlaku baik untuk operasi internal kami maupun aktivitas asuransi, investasi, dan manajemen aset. Kami mengelola aspek keberlanjutan secara cermat untuk mengurangi risiko dan menangkap peluang. Pendekatan ini mendorong kami untuk menciptakan produk dan layanan yang berkelanjutan, bekerja sama dengan klien dan perusahaan investasi untuk memberikan manfaat nyata di dunia, serta mengarahkan aliran modal ke hasil yang berkelanjutan. Kami melampaui penyediaan produk berkelanjutan dengan memperluas solusi keberlanjutan di pasar publik maupun swasta.

Strategi Keberlanjutan [OJK A.1] [GRI 2-22]

Fokus Allianz Group pada aksi iklim (*Taking Action on Climate*), ketahanan sosial (*Strengthening Societal Resilience*), dan kemajuan melalui kolaborasi (*Achieving Progress Through Collaborative Efforts*) mencerminkan strategi keberlanjutan yang mencakup aspek *people*, *planet*, dan *prosperity*.

Berlandaskan pada arahan strategis Allianz Group, Perusahaan telah menetapkan strategi keberlanjutan yang berorientasi pada Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (TPB/SDGs) sebagai mandat universal untuk mengentaskan kemiskinan, melindungi planet, serta memperkuat stabilitas politik dan ekonomi global

Social Impact

Our social approach is based on the belief that business can only thrive in a just society. We use our roles as an employer, an insurance company, an investor, and a corporate citizen to contribute to a more inclusive and resilient society, including our employees, agents, and customers.

Integrating Sustainability Across the Business

We believe in the importance of addressing issues that impact value creation for all stakeholders. Our commitment to addressing environmental, social, and governance (ESG) topics—which we refer to as sustainability—is reflected in three key pillars: responsible operational management, ESG-based investment offerings, as well as the implementation of pre-trade checklists and decarbonization targets in our general account investment portfolio. We carefully manage sustainability aspects to mitigate risks and capture opportunities.

We believe in the importance of addressing issues that impact value creation for all stakeholders. Our commitment to addressing environmental, social, and governance (ESG) issues—which we refer to as sustainability—applies to both our internal operations and our insurance, investment, and asset management activities. We carefully manage sustainability aspects to mitigate risks and capture opportunities. This approach drives us to create sustainable products and services, collaborate with clients and investment firms to deliver tangible benefits in the world, and direct capital flows toward sustainable outcomes. We go beyond offering sustainable products by expanding sustainability solutions in both public and private markets.

Sustainability Strategy [OJK A.1] [GRI 2-22]

Allianz Group's focus on climate action (Taking Action on Climate), social resilience (Strengthening Societal Resilience), and progress through collaboration (Achieving Progress Through Collaborative Efforts) reflects a sustainability strategy encompassing the people, planet, and prosperity dimensions.

Based on the Allianz Group's strategic direction, the Company has established a sustainability strategy aligned with the Sustainable Development Goals (SDGs) as a universal mandate to eradicate poverty, protect the planet, and strengthen global political and economic stability.

Kami memahami urgensi pencapaian 17 TPB. Meskipun begitu, kami memiliki prioritas dukungan terhadap TPB seperti dijelaskan pada tabel ini. Prioritas tersebut sekaligus tercermin dalam Rencana Aksi Keuangan Berkelanjutan (RAKB) yang kami laporkan pada Otoritas Jasa Keuangan, sesuai Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 51/POJK.03/2017 tentang Penerapan Keuangan Berkelanjutan Bagi Lembaga Jasa Keuangan, Emiten dan Perusahaan Publik. [GRI 2-23]

We understand the urgency of achieving the 17 SDGs. However, we have prioritized our support for the SDGs as outlined in this table. These priorities are also reflected in the Sustainable Finance Action Plan (RAKB) that we report to the Financial Services Authority, in accordance with Financial Services Authority Regulation No. 51/POJK.03/2017 on the Implementation of Sustainable Finance for Financial Services Institutions, Issuers, and Public Companies. [GRI 2-23]

Rencana dan Capaian Keuangan Berkelanjutan, serta Relevansinya dengan SDGs

Sustainable Finance Plans and Achievements, and Their Relevance to the SDGs

Inisiatif Initiative	Aktivitas Activities	Target	Capaian Achievement	Persentase Capaian Achievement Percentage	SDGs
Lingkungan Environmental					
Kantor Hijau Green Office	Mengurangi emisi GRK perjalanan bisnis (tidak termasuk armada kendaraan) <i>Reducing GHG emissions from business travel (excluding vehicle fleet)</i>	<0,281 CO ₂ e/ karyawan. <0.281 CO ₂ e/ personnel	0,23 CO ₂ e/karyawan. 0.23 CO ₂ e/personnel	100%	
	Mengurangi konsumsi energi <i>Reduced energy consumption</i>	<784 MWh.	733 MWh.	100%	
	Menggunakan energi listrik terbarukan <i>Using renewable electricity</i>	100%	100%	100%	
Kampanye Hijau Green Campaign	Mengelola, memilah, dan menimbang limbah yang dihasilkan warga binaan dan masyarakat melalui kolaborasi bersama Duitin dan Rekosistem. <i>Managing, sorting, and weighing waste generated by mentored residents and the community through collaboration with Duitin and Rekosistem.</i>	1.032 Kg	4.130 Kg	400%	
	Melakukan edukasi mengenai limbah <i>Conducting waste education</i>	946 orang 946 people	1.310 orang 1,310 people	138%	
Digitalisasi (Tenaga penjualan, pengajuan Bisnis Baru, dan dokumen Internal) Digitization (Sales staff, new business proposals, and internal documents)	Meningkatkan pengajuan elektronik (e-submission) <i>Increasing electronic submissions (e-submissions)</i>	99% e-submission	99% e-submission	100%	
	Meningkatkan jumlah pendaftaran agen baru secara daring <i>Increasing the number of new agent registrations online</i>	100% agen baru 100% of new agents	100% agen baru 100% of new agents	100%	
	Meningkatkan penerbitan polis elektronik (e-policy) <i>Increase the issuance of electronic policies (e-policies)</i>	80% polis elektronik. 80% electronic policies	89% polis elektronik 89% electronic policies	111%	
	Meningkatkan transaksi top up dan penarikan banca melalui Banca Connect <i>Increasing Banca Connect top-up and withdrawal transactions</i>	60% transaksi 60% of transactions	95% transaksi 95% of transactions	158%	
	Meningkatkan perekrutan generasi muda <i>Increasing recruitment of young generation</i>	76% generasi muda 76% younger generation	78% generasi muda. 78% younger generation	103%	

Rencana dan Capaian Keuangan Berkelanjutan, serta Relevansinya dengan SDGs

Sustainable Finance Plans and Achievements, and Their Relevance to the SDGs

Inisiatif Initiative	Aktivitas Activities	Target	Capaian Achievement	Persentase Capaian Achievement Percentage	SDGs
Mangrove	Monitoring pertumbuhan mangrove Monitoring mangrove growth	6.450 mangrove	11.291 mangrove	175%	
	Melaksanakan aktivitas mangrove bersama masyarakat setempat Conducting mangrove activities with the local community	421 orang 421 people	485 orang 485 people	115%	
Sosial Social					
Aktivitas Literasi Keuangan Financial Literacy Activities	Pelatihan dan workshop literasi keuangan untuk karyawan dan masyarakat termasuk melalui media sosial. Financial literacy training and workshops for employees and the public, including through social media.	361.066 peserta 361.066 participants	2.155.012 peserta 2.155.012 participants	597%	
Melindungi Lebih Banyak Orang Protecting More People	Mempertahankan jumlah nasabah tertanggung Maintaining the number of insured customers	1.244.740 1,244,740 customers	1.238.919 nasabah 1,238,919 customers	99%	
Pelatihan Karyawan & Tenaga Penjualan Employee & Sales Force Training	Menyelenggarakan kelas/pelatihan virtual untuk karyawan Conducting virtual classes/training for employees	41 pelatihan virtual 41 virtual training sessions	41 pelatihan virtual 41 virtual training sessions	100%	
	Menyelenggarakan kelas/pelatihan virtual untuk tenaga penjualan Conducting virtual classes/training for sales staff	70 pelatihan virtual 70 virtual training sessions	234 pelatihan virtual untuk tenaga penjual Bancassurance dan 40 pelatihan virtual untuk Agen 234 virtual training sessions for Bancassurance sales staff and 40 virtual training sessions for Agents	391%	
	Menyelenggarakan pelatihan program awareness keberlanjutan kepada seluruh karyawan Conducted sustainability awareness training for all employees	100% karyawan 100% employees	100% Karyawan 100% employees	100%	
Tata Kelola Governance					
Budaya Risiko Risk Culture	Memasukkan faktor ESG dalam Panduan Pendukung Kebijakan Manajemen Risiko Incorporating ESG factors into the Risk Management Policy Support Guidelines	100% terimplementasi 100% implemented	100% terimplementasi 100% implemented	100%	
	Program Kesadaran Budaya Risiko bagi seluruh karyawan, 1x/tahun Risk Culture Awareness Program for all employees, once a year	100% karyawan 100% employees	100% karyawan 100% employees	100%	
	Komunikasi pembaruan Kebijakan Manajemen Risiko (bila ada) Communication of Risk Management Policy updates (if any)	100% karyawan 100% employees	100% karyawan 100% employees	100%	

Rencana dan Capaian Keuangan Berkelanjutan, serta Relevansinya dengan SDGs

Sustainable Finance Plans and Achievements, and Their Relevance to the SDGs

Inisiatif <i>Initiative</i>	Aktivitas <i>Activities</i>	Target	Capaian <i>Achievement</i>	Persentase Capaian <i>Achievement Percentage</i>	SDGs
Implementasi Investasi sesuai dengan Panduan ESG dari Allianz Group <i>Investment implementation in accordance with the Allianz Group's ESG Guidelines</i>	Melakukan ESG clearance sebagai proses awal sebelum membeli obligasi korporasi atau menambah bank baru ke dalam daftar positif (<i>positive list</i>). <i>Conducting ESG clearance as an initial process before purchasing corporate bonds or adding a new bank to the positive list.</i>	sesuai rencana <i>as planned</i>	sesuai <i>in line</i>	100%	
	Menerapkan ESG scoring dan daftar pembatasan dari Allianz Group. <i>Apply the Allianz Group's ESG scoring and exclusion list.</i>	sesuai rencana <i>as planned</i>	sesuai <i>in line</i>	100%	
	Melakukan daftar periksa kepatuhan pra-perdagangan ESG, laporan riset, dan laporan ESG independen untuk pembelian instrumen saham baru. <i>Conducting pre-trade ESG compliance checklists, research reports, and independent ESG reports for new equity instrument purchases.</i>	sesuai rencana <i>as planned</i>	sesuai <i>in line</i>	100%	
ESG Funds	Menjalankan sosialisasi ESG Funds kepada agen dan mitra bank <i>Conducting ESG Fund outreach to agents and bank partners.</i>	5 kali <i>5 times</i>	5 kali <i>5 times</i>	100%	
	Membuat artikel tahunan yang membahas pilihan ESG Funds . <i>Creating an annual article discussing ESG Fund options.</i>	2 artikel <i>2 articles</i>	2 artikel <i>2 articles</i>	100%	
Pelatihan & Kesadaran Kepatuhan <i>Compliance Training & Awareness</i>	Menyelenggarakan sekurang-kurangnya 8 kegiatan pelatihan dan sosialisasi bagi seluruh karyawan dan/atau karyawan dengan tingkat paparan tinggi terhadap subjek Kepatuhan tertentu di Allianz Indonesia. Kegiatan ini dilakukan untuk menegakkan budaya kepatuhan di dalam perusahaan yang mendukung pencapaian tingkat kepatuhan yang tinggi dan berkelanjutan terhadap aturan internal grup serta regulasi yang berlaku. <i>Conduct at least 8 training and awareness sessions for all employees and/or employees with high exposure to specific compliance topics at Allianz Indonesia.</i> <i>These activities are conducted to foster a culture of compliance within the company that supports the achievement of a high and sustainable level of compliance with the group's internal rules and applicable regulations.</i>	8 aktivitas <i>8 activities</i>	8 aktivitas <i>8 activities</i>	100%	
Kesadaran atas Keamanan <i>Security Awareness</i>	Menyelenggarakan program kesadaran phishing tiap tiga bulan sekali <i>Conducting a phishing awareness program every three months.</i>	2 program/ tiga bulan <i>2 programs every three months</i>	2 program/ tiga bulan <i>2 programs every three months</i>	100%	
	Memastikan minimal 50% pengguna tidak mengklik tautan phishing (tidak gagal) <i>Ensure that at least 50% of users do not click on phishing links (no failures).</i>	90% pengguna <i>90% users</i>	97% pengguna <i>97% users</i>	108%	

Allianz Life meyakini bahwa keberlanjutan merupakan fondasi utama dalam menjaga kepercayaan nasabah dan membangun ketangguhan bisnis jangka panjang. Kami mengintegrasikan budaya keberlanjutan ke dalam setiap lapisan operasional melalui strategi penguatan kapasitas karyawan yang berkelanjutan.

Komitmen dalam menjalankan strategi keberlanjutan ini diinternalisasi ke dalam perilaku kerja harian melalui sejumlah inisiatif strategis, antara lain:

1. **Efisiensi Sumber Daya**
Optimalisasi konsumsi energi dan digitalisasi proses bisnis untuk meminimalkan penggunaan kertas (*paperless workflow*).
2. **Anjuran Perjalanan Bisnis yang Bijak**
Mendorong budaya perjalanan bisnis yang lebih efisien dan bertanggung jawab, antara lain dengan memprioritaskan pertemuan virtual, memilih moda transportasi yang lebih rendah emisi, serta mengoptimalkan jadwal perjalanan untuk meminimalkan jejak karbon.
3. **Employee Volunteering**
Mendorong partisipasi aktif karyawan dalam program pemberdayaan masyarakat dan pelestarian lingkungan sebagai bagian dari pilar tanggung jawab sosial.
4. **Pelatihan dan Program Awareness**
Seluruh karyawan mendapatkan berbagai pelatihan dan program *awareness* terkait keberlanjutan dan manajemen risiko yang diselenggarakan secara berkala.

Melalui pendekatan ini, kami mengukuhkan budaya keberlanjutan sebagai identitas kolektif yang memperkuat posisi Allianz Life sebagai mitra perlindungan terpercaya dan entitas bisnis yang tangguh serta berkelanjutan bagi generasi masa depan.

Allianz Life believes that sustainability is the cornerstone of maintaining customer trust and building long-term business resilience. We integrate a culture of sustainability into every layer of our operations through a strategy of continuous employee capacity building.

Our commitment to implementing this sustainability strategy is embedded in daily work practices through several strategic initiatives, including:

1. **Resource Efficiency**
Optimizing energy consumption and digitizing business processes to minimize paper usage (paperless workflow).
2. **Promoting Responsible Business Travel**
Promoting a more efficient and responsible business travel culture, including prioritizing virtual meetings, choosing lower-emission modes of transportation, and optimizing travel schedules to minimize the carbon footprint.
3. **Employee Volunteering**
Encouraging active employee participation in community empowerment and environmental conservation programs as part of our social responsibility pillar.
4. **Training and Awareness Programs**
All employees receive various training and awareness programs related to sustainability and risk management, conducted on a regular basis.

Through this approach, we reinforce a culture of sustainability as a collective identity that strengthens Allianz Life's position as a trusted protection partner and a resilient, sustainable business entity for future generations.

Ikhtisar Kinerja Keberlanjutan

Sustainability Performance Highlights

Kinerja Ekonomi

Economic Performance [OJK B.1]

Uraian Description	Satuan Unit	2025	2024*	2023**
Jumlah polis aktif Number of active policies	Polis/policy	780.891	710.871	886.295
Hasil Jasa Asuransi Bersih Net Insurance Income	Rp juta Rp million	737.558	1.290.388	-
Laba Setelah Pajak Profit after Tax	Rp juta Rp million	510.224	761.022	-
Jumlah produk asuransi yang berwawasan lingkungan/keberlanjutan Number of environmentally/sustainability-oriented insurance products		Perusahaan belum memiliki produk asuransi yang secara khusus dikategorikan sebagai produk ramah lingkungan (eco-friendly product). Pengembangan produk berkelanjutan akan menjadi bagian dari agenda strategis Perusahaan ke depan sejalan dengan komitmen terhadap keberlanjutan. The Company does not yet have insurance products specifically categorized as environmentally friendly (eco-friendly products). The development of sustainable products will form part of the Company's future strategic agenda, in line with its commitment to sustainability.		

*Disajikan kembali sesuai PSAK117

**Penyajian kembali atas posisi keuangan awal per 1 Januari 2024 sehingga tidak terdapat laporan laba rugi yang disajikan kembali.

*Restated in accordance with PSAK 117

**Restatement for the opening balance as at 1 January 2024 and consequently no restated statement of profit or loss.

Kinerja Lingkungan

Environmental Performance [OJK B.2]

Keterangan Description	Satuan Unit	2025	2024*	2023*
Intensitas Energi Energy Intensity	kWh/karyawan kWh/employee	839,19	801,60	806,56
Konsumsi Energi Energy Consumption	kWh	909.678,87	948.298,38	986.420,20
Jumlah emisi GRK yang dihasilkan Total GHG Emission produced	Ton CO ₂ e	1.075,349	1.093,446	1.438,946
Intensitas emisi GRK GHG emission intensity	Ton CO ₂ e/Polis Ton CO ₂ e/Policy	0,0014	0,0015	0,0016

*Lihat halaman 141 - penyajian kembali informasi.

*See page 141 - restatement of information.

Kinerja Sosial

Social Performance [OJK B.3]

Keterangan Description	Satuan Unit	2025	2024	2023
Rata-rata jam pelatihan per karyawan Average training hours per employee	Jam/orang Hour/person	69,72	63,88	62
Jumlah penerima manfaat program Literasi Keuangan Number of Financial Literacy program beneficiaries	Orang Person	2.155.012	876.385	729.556

Kinerja Keberlanjutan

Sustainability Performance

Menjadi Perusahaan Terpercaya

Komitmen Allianz Life untuk menghadirkan nilai terbaik bagi nasabah berlandaskan pada strategi yang mengintegrasikan pertumbuhan berkelanjutan, kualitas layanan, dan pengalaman pelanggan yang unggul. Di tengah dinamika industri yang menantang, kami senantiasa berupaya menjadi mitra yang dapat diandalkan dalam menciptakan nilai tambah jangka panjang bagi seluruh pemangku kepentingan.

Pendekatan Kami

Strategi operasional Perusahaan difokuskan pada optimalisasi produktivitas yang selaras dengan prinsip keberlanjutan. Kami berdedikasi untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas melalui pengembangan talenta terbaik serta penerapan tata kelola perusahaan yang kokoh. Dengan menjunjung tinggi kepatuhan regulasi dan manajemen risiko yang konservatif, Perusahaan memastikan setiap langkah bisnis berjalan di atas landasan etika dan disiplin finansial yang tinggi.

Kinerja Keuangan Berkelanjutan

Kinerja keuangan Perusahaan tercatat tumbuh positif didorong oleh peningkatan kesadaran masyarakat akan pentingnya perlindungan asuransi serta inovasi produk dan penguatan distribusi. Jumlah polis aktif pada 2025 tercatat sebesar 780.891, meningkat dibandingkan tahun 2024 sebanyak 710.871.

Becoming a Trusted Company

Allianz Life's commitment to delivering the best value to customers is based on a strategy that integrates sustainable growth, service quality, and superior customer experience. Amid challenging industry dynamics, we constantly strive to be a reliable partner in creating long-term value for all stakeholders.

Our Approach

The Company's operational strategy focuses on optimizing productivity in alignment with sustainability principles. We are dedicated to enhancing community well-being through the development of top talent and the implementation of robust corporate governance. By upholding regulatory compliance and conservative risk management, the Company ensures every business decision is grounded in high ethical standards and financial discipline.

Sustainable Financial Performance

The Company's financial performance has shown positive growth, driven by increased public awareness of the importance of insurance protection, as well as product innovation and strengthened distribution. The number of active policies in 2025 stood at 780,891, up from 710,871 in 2024.

Kinerja Produksi, Portofolio, Investasi, Pendapatan dan Laba Rugi

Performance of Production, Portfolio, Investments, Revenue, Profit and Loss [OJK F.2]

Keterangan Description	2025	2024*	2023**	Information
Jumlah polis aktif	780.891	710.871	886.295	Number of active policies
Hasil Jasa Asuransi Bersih	737.558	1.290.388	-	Insurance Services Result
Hasil Investasi Bersih	1.859.274	556.522	-	Net Investment Income
Laba Sebelum Pajak	498.473	852.905	-	Profit Before Tax
Laba Setelah pajak	510.224	761.022	-	Profit after Tax

*Disajikan kembali sesuai PSAK117

**Penyajian kembali atas posisi keuangan awal per 1 Januari 2024 sehingga tidak terdapat laporan laba rugi yang disajikan kembali.

*Restated in accordance with PSAK 117

**Restatement for the opening balance as at 1 January 2024 and consequently no restated statement of profit or loss.

Hingga 31 Desember 2025, Perusahaan telah membayarkan total klaim dan manfaat asuransi senilai Rp6.04 triliun meningkat dari Rp5 triliun di tahun 2024.

As of December 31, 2025, the Company has paid out a total of Rp6.04 trillion in insurance claims and benefits, up from Rp5 trillion in 2024

Nilai Ekonomi yang Didistribusikan

Sebagai bagian dari komitmen Allianz Life terhadap penciptaan nilai yang berkelanjutan, Perusahaan secara konsisten mendistribusikan nilai ekonomi yang dihasilkan kepada seluruh pemangku kepentingan. Sepanjang tahun 2025, total nilai ekonomi yang didistribusikan mencapai Rp2,731 triliun, sebagaimana dirinci pada tabel berikut ini.

Economic Value Distributed

As part of Allianz Life's commitment to sustainable value creation, the Company consistently distributes the economic value generated to all stakeholders. Throughout 2025, the total economic value distributed reached Rp2.731 trillion, as detailed in the following table.

Nilai Ekonomi yang Diperoleh dan Didistribusikan

Economic Value Generated and Distributed [GRI 201-1]

dalam Rp juta | in million Rp

Keterangan Description	2025	2024*
Nilai Ekonomi yang Dihasilkan <i>Economic Value Generated</i>		
Pendapatan Premi Bruto <i>Gross Written Premium</i>	19.542.032	18.056.087
Jumlah Nilai Ekonomi yang Dihasilkan (A) <i>Total Economic Value Generated (A)</i>	19.542.032	18.056.087
Nilai Ekonomi yang Didistribusikan <i>Economic Value Distributed</i>		
Biaya Operasional <i>Operating Expenses</i>	1.329.784	1.122.793
Gaji dan Tunjangan Karyawan <i>Employee Salary and Allowance</i>	610.847	609.706
Pembayaran Dividen <i>Dividend Payment</i>	800.000	300.000
Pembayaran Pajak Penghasilan <i>Tax Income Payment</i>	(11.751)	91.883
Investasi untuk Program Pengembangan Masyarakat <i>Investment for Community Development Program</i>	2.551	3.805
Jumlah Nilai Ekonomi yang Didistribusikan (B) <i>Total Economic Value Distributed (B)</i>	2.731.431	2.128.187
Nilai Ekonomi yang Ditahan (A-B) <i>Retained Economic Value (A-B)</i>	16.810.601	15.927.900

*Disajikan kembali sesuai PSAK117

*Restated in accordance with PSAK 117

Allianz Life memandang kontribusi ekonomi tidak terbatas pada distribusi manfaat finansial langsung, melainkan juga pada penguatan literasi asuransi di tengah masyarakat. Melalui ekosistem pemasaran yang edukatif, Perusahaan menyelenggarakan berbagai program pendampingan, webinar interaktif, serta publikasi artikel informatif di portal resmi Allianz Indonesia untuk memberdayakan nasabah dalam pengambilan keputusan finansial yang bijak. Sepanjang tahun 2025, program literasi keuangan Perusahaan berhasil menjangkau 2.155.012 peserta melalui berbagai kanal, mulai dari media sosial, platform digital, hingga keterlibatan langsung dengan masyarakat, mencerminkan komitmen Perusahaan dalam mendorong peningkatan pemahaman keuangan secara luas dan berkelanjutan.

Selain itu, produk asuransi jiwa secara inheren turut mendukung stabilitas ekonomi jangka panjang. Dengan memberikan kepastian perlindungan finansial, asuransi jiwa menumbuhkan kepercayaan diri individu dan keluarga untuk merencanakan masa depan dan berinvestasi secara lebih optimal. Melalui pengelolaan cadangan teknis dan premi dalam instrumen investasi jangka panjang, Perusahaan turut berkontribusi pada pendalaman pasar modal domestik, sekaligus mengurangi ketergantungan masyarakat pada jaring pengaman sosial pemerintah di saat kebutuhan finansial kritis.

Kebijakan Investasi Berbasis ESG

Pada tahun 2025, perusahaan sedang dalam proses menyempurnakan metodologi dan klasifikasi internal untuk secara konsisten dan akurat mengidentifikasi instrumen investasi berbasis ESG. Seiring dengan berlangsungnya proses ini, perusahaan belum dapat menyediakan perbandingan kuantitatif antara target investasi ESG dan realisasinya, maupun mengungkapkan komposisi investasi berbasis ESG dalam keseluruhan portofolio. Perusahaan tetap berkomitmen penuh untuk memajukan praktik investasi ESG dan akan membagikan pembaruan seiring tercapainya kejelasan dan keselarasan yang lebih baik di bidang yang terus berkembang ini. [\[OJK F.3\]](#)

Allianz Life views economic contribution as extending beyond the distribution of direct financial benefits to include the enhancement of insurance literacy within the community. Through an educational marketing ecosystem, the Company conducts various mentoring programs, interactive webinars, and publishes informative articles on the official Allianz Indonesia portal to empower customers in making wise financial decisions. Throughout 2025, the Company's financial literacy programs successfully reached 2,155,012 participants through various channels, ranging from social media and digital platforms to direct community engagement, reflecting the Company's commitment to fostering broad and sustainable improvements in financial understanding.

Additionally, life insurance products inherently support long-term economic stability. By providing financial protection, life insurance fosters the confidence of individuals and families to plan for the future and invest more effectively. Through the management of technical reserves and premiums in long-term investment instruments, the Company contributes to the deepening of the domestic capital market while reducing the public's reliance on the government's social safety net during times of critical financial need.

ESG-Based Investment Policy

In 2025, the company is in the process of refining its internal methodologies and classifications to consistently and accurately identify ESG-based investment instruments. As this work progresses, the company is not yet able to provide a quantitative comparison between its ESG investment targets and realizations, nor disclose the composition of ESG-based investments within its total portfolio. The company remains fully committed to advancing its ESG investment practices and will share updates as it achieves greater clarity and alignment in this evolving area. [\[OJK F.3\]](#)

Dampak Ekonomi Tidak Langsung [GRI 203-2]

Dampak ekonomi tidak langsung dari kegiatan operasional dan bisnis Allianz Life diidentifikasi dan diukur dalam konteks komitmen Perusahaan terhadap pembangunan berkelanjutan, yang tercermin dalam Rencana Aksi Keuangan Berkelanjutan (RAKB) sesuai POJK No. 51/POJK.03/2017, serta penyesuaian dengan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs), khususnya SDG 8 (Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi) SDG 13 (Penanganan Perubahan Iklim), dan SDG 17 (Kemitraan untuk Mencapai Tujuan)

Dampak terhadap Ketahanan Finansial Masyarakat

Melalui produk perlindungan jiwa, Perusahaan memberikan dampak ekonomi positif yang signifikan bagi masyarakat. Sepanjang tahun 2025, Perusahaan mempertahankan jumlah nasabah tertanggung sebanyak 1.238.919 jiwa, turut berkontribusi pada ketahanan finansial rumah tangga Indonesia dalam menghadapi risiko jiwa dan kesehatan.

Dampak terhadap Literasi dan Inklusi Keuangan

Program edukasi dan literasi keuangan Perusahaan menjangkau 2.155.012 peserta sepanjang tahun 2025, melampaui target sebesar 597%. Capaian ini berkontribusi langsung pada peningkatan pemahaman masyarakat terhadap produk keuangan dan asuransi, yang merupakan salah satu prioritas agenda kebijakan OJK dan RPJMN 2025–2029.

Dampak terhadap Lingkungan dan Iklim

Di sisi lingkungan, Perusahaan berhasil menekan emisi GRK dari perjalanan bisnis hingga 0,23 CO₂e per karyawan, di bawah ambang batas yang ditetapkan sebesar 0,281 CO₂e per karyawan, Perusahaan menurunkan konsumsi energi operasional menjadi 733 MWh dari target maksimum 784 MWh. Seluruh konsumsi listrik operasional telah bersumber dari energi terbarukan (100%). Melalui program pengelolaan mangrove, Perusahaan turut berkontribusi pada pemulihan ekosistem pesisir dengan memantau pertumbuhan 11.291 mangrove, atau 175% dari target yang ditetapkan. Inisiatif inisiatif ini sejalan dengan Paris Agreement dan SDG 13.

Dampak melalui Investasi Berkelanjutan

Pengelolaan dana nasabah dilakukan dengan mempertimbangkan aspek ESG, melalui proses *ESG clearance* terhadap 15 instrumen investasi dan penerapan *ESG scoring* secara konsisten sepanjang tahun 2025. Dengan demikian, penempatan investasi Perusahaan turut mendorong pertumbuhan pasar modal yang bertanggung jawab dan berkelanjutan di Indonesia.

Indirect Economic Impact [GRI 203-2]

The indirect economic impacts of Allianz Life's operational and business activities are identified and measured within the context of the Company's commitment to sustainable development, as reflected in the Sustainable Finance Action Plan (RAKB) in accordance with POJK No. 51/POJK.03/2017, as well as alignment with the Sustainable Development Goals (SDGs), particularly SDG 8 (Decent Work and Economic Growth), SDG 13 (Climate Action), and SDG 17 (Partnerships for the Goals).

Impact on Community Financial Resilience

Through its life protection products, the Company delivers significant positive economic impacts to society. Throughout 2025, the Company maintained a total of 1,238,919 insured customers, contributing to the financial resilience of Indonesian households in managing life and health-related risks.

Impact on Financial Literacy and Inclusion

The Company's financial education and literacy programs reached 2,155,012 participants throughout 2025, exceeding the target by 597%. This achievement directly contributes to improving public understanding of financial and insurance products, which is one of the priority policy agendas of the OJK and the 2025–2029 RPJMN.

Impact on the Environment and Climate

From an environmental perspective, the Company successfully reduced greenhouse gas (GHG) emissions from business travel to 0.23 tCO₂e per employee, below the established threshold of 0.281 tCO₂e per employee. The Company also reduced operational energy consumption to 733 MWh, below the maximum target of 784 MWh. All operational electricity consumption is sourced from renewable energy (100%). Through its mangrove management program, the Company also contributed to coastal ecosystem restoration by monitoring the growth of 11,291 mangroves, representing 175% of the established target. These initiatives are aligned with the Paris Agreement and SDG 13.

Impact through Sustainable Investment

Customer fund management is carried out with due consideration for ESG aspects, through ESG clearance processes for 15 investment instruments and the consistent application of ESG scoring throughout 2025. Through these efforts, the Company's investment placements contribute to fostering the growth of a responsible and sustainable capital market in Indonesia.

Kinerja Lingkungan

Environmental Performance

Menjaga Bumi tetap Lestari

Allianz Syariah meyakini bahwa menjaga bumi tetap lestari merupakan bagian dari “We Secure your Future”, agar kelak generasi mendatang tinggal dengan nyaman di bumi yang kita tempati saat ini.

Pendekatan Kami

Dalam menjalankan operasionalnya, Perusahaan senantiasa mematuhi peraturan perundang-undangan yang berlaku di bidang lingkungan hidup, dan sepanjang tahun 2025 tidak terdapat pengaduan maupun sanksi lingkungan yang diterima oleh Perusahaan. [\[OJK F.16\]](#)

Biaya Lingkungan

Sebagai perusahaan yang beroperasi di lingkungan perkantoran perkotaan, jejak lingkungan Allianz Life bersumber terutama dari konsumsi energi listrik, penggunaan air, serta timbulan limbah padat dari aktivitas kantor sehari-hari. Selaras dengan komitmen keberlanjutannya, Perusahaan mengalokasikan biaya untuk pengelolaan dampak lingkungan operasional tersebut secara bertanggung jawab.

Pengeluaran lingkungan Allianz Life mencakup biaya pengelolaan energi, penanganan limbah kantor termasuk perangkat elektronik yang tidak lagi digunakan, serta inisiatif digitalisasi yang ditujukan untuk menekan konsumsi kertas secara sistematis. Hingga 31 Desember 2025, biaya lingkungan Perusahaan tercatat sebesar Rp83,11 juta.

Preserving the Earth's sustainability

Allianz Syariah believes that preserving the Earth is part of “We Secure your Future,” so that future generations can live comfortably on the planet we inhabit today.

Our Approach

In carrying out its operations, the Company consistently complies with applicable environmental laws and regulations, and throughout 2025 there were no environmental complaints or sanctions imposed on the Company. [\[OJK F.16\]](#)

Environmental Cost

As a company operating in an urban office environment, Allianz Life's environmental footprint stems primarily from electricity consumption, water usage, and solid waste generated by daily office activities. In line with its sustainability commitment, the Company allocates resources to responsibly manage the environmental impacts of these operations.

Allianz Life's environmental expenditures include costs for energy management, office waste disposal—including electronic devices no longer in use—and digitization initiatives aimed at systematically reducing paper consumption. As of December 31, 2025, the Company's environmental costs totaled Rp83.11 million.

Biaya Lingkungan

Environmental Costs [\[OJK F.4\]](#)

Uraian Description	2025	2024	2023
Biaya pembelian 1.500 Unit Sertifikat Energi Baru Terbarukan (REC) untuk sekitar 922.000 kWh listrik yang digunakan di kantor pusat dan cabang <i>The cost of purchasing 1,500 Renewable Energy Certificates (RECs) for approximately 922,000 kWh of electricity used at the head office and branch offices.</i>	83.111.174	96.163.750	32.000.000
Jumlah Total	83.111.174	96.163.750	32.000.000

Material ramah lingkungan

Allianz Life terus mengoptimalkan digitalisasi untuk mengurangi konsumsi kertas, serta mendorong karyawan memanfaatkan kembali kertas bekas dan mencetak hanya jika diperlukan. Namun, efisiensi ini masih menghadapi tantangan, terutama karena dokumen polis yang bersifat khusus dan memerlukan persetujuan langsung dari peserta asuransi. Untuk itu, Allianz Life memastikan seluruh vendor percetakan menggunakan kertas bersertifikat ramah lingkungan sebagai langkah mitigasi dampak. Pada tahun 2025, Perusahaan tidak melaporkan penggunaan kertas.

[OJK F.5]

Efisiensi Energi

Allianz Life beroperasi di kantor pusat yang berlokasi di gedung World Trade Center (WTC) 3, yang telah tersertifikasi Sertifikat Laik Fungsi (SLF) serta meraih predikat Gold dari Building Construction Authority (BCA) Green Mark. Pemilihan lokasi ini mencerminkan komitmen Perusahaan terhadap efisiensi energi dan air melalui sistem pengelolaan gedung yang diakui secara nasional maupun internasional. Selain itu, aksesibilitas gedung yang dekat dengan moda transportasi publik turut mendorong karyawan untuk beralih menggunakan transportasi umum terintegrasi sebagai bagian dari gaya hidup berkelanjutan. [GRI 302-4]

Seiring pertumbuhan aktivitas bisnis yang terus berkembang, Allianz Life menempatkan peningkatan efisiensi energi sebagai salah satu prioritas operasional. Perusahaan menetapkan target konsumsi energi tidak melebihi 733 MWh, selaras dengan komitmen Allianz Group di tingkat global. Guna mendukung pencapaian target tersebut, Allianz Life menjalankan program edukasi internal secara berkesinambungan untuk membentuk kebiasaan hemat energi di kalangan karyawan. Perusahaan juga membeli Renewable Energy Certificate (REC) sebanyak 922 MWh untuk memenuhi kebutuhan 100% energi listrik, sebagai wujud dukungan nyata terhadap pengembangan energi terbarukan di Indonesia. [OJK F.7]

Konsumsi Energi

Energy Consumption [OJK F.6] [GRI 302-1,302-3]

Keterangan Description	Satuan Unit	2025	2024*	2023*
Konsumsi Energi Energy Consumption	kWh	909.678,87	948.298,38	986.420,20
	Gigajoule	3.274,84	3.413,87	3.551,11
Intensitas Energi Energy Intensity	kWh/karyawan kWh/employee	839,19	801,60	806,56
Peningkatan/Penurunan Intensitas Energi Increment/Decrement in Energy Intensity	%	4,69	(15,71)	33

*Lihat halaman 141 - penyajian kembali informasi.

*See page 141 - restatement of information.

Eco-friendly materials

Allianz Life continues to optimize digitalization to reduce paper consumption, as well as encourage employees to reuse scrap paper and print only when necessary. However, this efficiency still faces challenges, particularly because policy documents are specialized and require direct approval from policyholders. To that end, Allianz Life ensures that all printing vendors use certified eco-friendly paper as a mitigation measure. In 2025, the Company did not report paper usage. [OJK F.5]

Energy Efficiency

Allianz Life operates from its headquarters located in World Trade Center (WTC) 3, which has been certified with a Certificate of Fitness for Use (SLF) and received a Gold rating from Green Mark Building Construction Authority (BCA). This choice of location reflects the Company's commitment to energy and water efficiency through building management systems recognized both nationally and internationally. Additionally, the building's proximity to public transportation encourages employees to switch to integrated public transit as part of a sustainable lifestyle. [GRI 302-4]

As business activities continue to grow, Allianz Life prioritizes improving energy efficiency as a key operational focus. The Company has set a target to limit energy consumption to no more than 733 MWh, aligning with the Allianz Group's global commitment. To support this goal, Allianz Life implements ongoing internal education programs to foster energy-saving habits among employees. The Company also purchased 922 MWh of Renewable Energy Certificates (RECs) to meet 100% of its electricity needs, as a tangible demonstration of support for the development of renewable energy in Indonesia. [OJK F.7]

Sejalan dengan upaya efisiensi energi, Allianz Life turut mengelola konsumsi air secara bertanggung jawab. Melalui pemeliharaan dan pemeriksaan sistem perpipaan secara berkala oleh pengelola gedung WTC 3, dipastikan tidak ada kebocoran air. Fasilitas sanitasi kantor juga telah dilengkapi dengan *aerated faucets* serta *automatic taps* berbasis sensor gerak untuk mencegah pemborosan air. Air yang telah digunakan selanjutnya dialirkan menuju Instalasi Pengolahan Air Limbah (IPAL) gedung sebelum dibuang ke lingkungan. Di sisi internal, Perusahaan secara aktif mengedukasi karyawan mengenai pentingnya konservasi air dalam kegiatan sehari-hari. Pada periode pelaporan ini, Perusahaan tidak melaporkan data kuantitatif konsumsi air.

[OJK F.8]

Emisi Gas Rumah Kaca

Allianz Group berkomitmen penuh mendukung tercapainya target emisi Gas Rumah Kaca (GRK) *Net Zero* pada tahun 2050. Sejalan dengan hal tersebut, Pemerintah Indonesia telah meningkatkan komitmen *Nationally Determined Contribution* (NDC) menjadi 31,89% dibandingkan skenario *business-as-usual* pada tahun 2030. Sebagai bagian dari entitas Allianz Group di Indonesia, Perusahaan secara proaktif melakukan penghitungan emisi GRK yang dihasilkan dari aktivitas operasional. Lingkup penghitungan ini mencakup penggunaan bahan bakar minyak (BBM) kendaraan operasional (Cakupan 1), konsumsi energi listrik dari PLN (Cakupan 2), serta perjalanan dinas menggunakan moda transportasi kereta api dan pesawat (Cakupan 3). Data ini menjadi basis data fundamental bagi Perusahaan untuk mengukur dan mengevaluasi kontribusi nyata dalam upaya dekarbonisasi. Perusahaan juga menetapkan batasan emisi GRK untuk perjalanan bisnis karyawan (di luar armada kendaraan) tidak melebihi 0,23 tCO₂e per karyawan dalam setahun.

In line with energy efficiency efforts, Allianz Life also manages water consumption responsibly. Through regular maintenance and inspection of the piping system by the WTC 3 building management, water leaks are prevented. Office sanitation facilities are also equipped with aerated faucets and motion-sensor-based automatic taps to prevent water waste. Used water is then channeled to the building's Wastewater Treatment Plant (WWTP) before being discharged into the environment. Internally, the Company actively educates employees on the importance of water conservation in daily activities. During this reporting period, the Company did not report quantitative data on water consumption. [OJK F.8]

Greenhouse Gas Emissions

Allianz Group is fully committed to supporting the achievement of the Net Zero Greenhouse Gas (GHG) emissions target by 2050. In line with this, the Indonesian government has increased its Nationally Determined Contribution (NDC) commitment to a 31.89% reduction compared to a business-as-usual scenario by 2030. As part of the Allianz Group entities in Indonesia, the Company proactively calculates GHG emissions generated from operational activities. The scope of this calculation includes the use of fuel for operational vehicles (Scope 1), electricity consumption from PLN (Scope 2), and business travel using rail and air transportation (Scope 3). This data serves as a fundamental database for the Company to measure and evaluate its tangible contribution to decarbonization efforts. The Company has also set a limit on GHG emissions for employee business travel (excluding the vehicle fleet) not to exceed 0.23 tCO₂e per employee per year.

Perjalanan Bisnis

Business Travel

Perjalanan Bisnis (Km) <i>Business Travel (Km)</i>	2025	2024	2023
Perjalanan Udara (Jarak Pendek) <i>Air Travel (Short Haul)</i>	72.416,38	57.157,62	84.756,86
Perjalanan Udara (Jarak Jauh) <i>Air Travel (Long Haul)</i>	1.881.783,26	1.960.155,06	2.926.203,05
Perjalanan Kereta <i>Train Travel</i>	78.120,91	25.031,00	93.027,60
Mobil Operasional <i>Operational Car</i>	136.790,00	150.180,00	59.566,80
Jumlah <i>Total</i>	2.169.110,55	2.192.523,68	3.163.554,31

Emisi GRK yang Dihasilkan

GHG Emission Produced [OJK F.11] [GRI 305-1, 305-2, 305-3, 305-4]

Keterangan Description	Satuan Unit	2025	2024*	2023
Cakupan 1 Kendaraan Operasional Scope 1 Operational Vehicles	Ton CO ₂ eq	20,245	22,227	8,816
Cakupan 2 Listrik PLN* Scope 2 PLN Electricity	Ton CO ₂ eq	813,253	847,779	1.058,015
Cakupan 3 Perjalanan Bisnis** Scope 3 Business Trip				
Perjalanan Bisnis dengan Kereta Business Trip by Train	Ton CO ₂ eq	1,484	0,476	1,768
Perjalanan Bisnis dengan Pesawat Business Trip by Airplane	Ton CO ₂ eq	240,367	248,129	370,348
Jumlah Emisi GRK Cakupan 3 Perjalanan Bisnis Total Scope 3 GHG Emissions from Business Travel	Ton CO ₂ eq	241,851	248,605	372,116
Jumlah Emisi GRK Total GHG Emissions	Ton CO ₂ eq	1.075.349	1.118,611	1.438,946
Jumlah Karyawan Total Employees	orang personel	1.084	1.163	1.204
Jumlah Polis Aktif Total Active Policy	polis policy	780.891	710.871	886.295
Pendapatan Premium Bruto Gross Written Premium	Rp juta Rp million	19.542.032	18.056.087	-
Intensitas Emisi GRK Berbasis Polis Aktif GHG Emission Intensity Based on Active Policies	Ton CO ₂ eq/polis Ton CO ₂ eq/policy	0,0014	0,0016	0,0016
Intensitas Emisi GRK Berbasis Pendapatan Premi Bruto Gross Written Premium-Based GHG Emission Intensity	Ton CO ₂ eq/Rp juta Ton CO ₂ eq/Rp million	0,0001	0,0001	-

Keterangan:

*)Disajikan kembali, sebagaimana dijelaskan pada halaman 7–Penyajian Kembali Informasi

*) Restated, as explained on page 7–Restatement of Information.

Keterangan:

1) Perhitungan emisi GRK menggunakan faktor emisi sektor ketenagalistrikan (gatrik) Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral sebesar 0,000894 tCO₂e/kWh

2) Perhitungan emisi GRK pada Scope 3 menggunakan referensi International Energy Agency (IEA).

Information:

1) Calculation of GHG emissions using emission electricity sector emission factor (Directorate General of Electricity) from the Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral is 0.000894

tCO₂e/kWh.

2) Calculation of GHG emissions in Scope 3 uses International Energy Agency (IEA) references.

Perusahaan menempuh berbagai jalur strategis untuk memitigasi emisi GRK, mulai dari optimalisasi penggunaan energi di kantor hingga pembelian *Renewable Energy Certificate* (REC) PLN. Dalam pengelolaan emisi dari konsumsi listrik (Scope 2), Perusahaan mengacu pada pendekatan yang direkomendasikan oleh GHG Protocol, yaitu pelaporan berbasis *location-based* dan *market-based*. Sebagai bagian dari pendekatan *market-based*, Perusahaan melakukan pembelian REC sebesar 922 MWh. Pembelian sertifikat ini memberikan hak kepada Perusahaan untuk mengklaim penggunaan energi terbarukan dalam jumlah yang setara, sehingga menurunkan emisi Scope 2 berdasarkan pendekatan *market-based*.

Langkah tersebut mencerminkan komitmen Perusahaan dalam mendukung transisi energi dan target dekarbonisasi nasional, dengan tetap memastikan transparansi pelaporan emisi sesuai dengan praktik terbaik yang berlaku. [OJK F.12]

[GRI 305-4]

Pengelolaan Limbah

Perusahaan menghasilkan limbah non-B3 dari aktivitas perkantoran seperti limbah kertas dan sisa makanan, yang langsung dikelola oleh pengelola gedung. [OJK F.13, F.14, F.15]

Keanekaragaman Hayati

Seluruh wilayah operasional Allianz Life terletak di kawasan perkotaan yang tidak bersinggungan langsung dengan area konservasi alam, sehingga operasional bisnis tidak memberikan dampak negatif terhadap keanekaragaman hayati di wilayah terlindungi. Meski demikian, Perusahaan tetap berkomitmen memitigasi dampak perubahan iklim melalui program penanaman mangrove di pesisir Jakarta.

Dimulai sejak tahun 2023, inisiatif pelestarian lingkungan yang dijalankan dalam sinergi bersama Grup ini telah merealisasikan penanaman lebih dari 12.260 pohon mangrove. Sebagai benteng ekosistem pesisir, keberadaan mangrove memegang peranan krusial dalam penyerapan karbon dioksida secara efektif, mitigasi abrasi, sekaligus penyediaan habitat alami bagi keanekaragaman hayati.

Memasuki tahun 2025, Perusahaan memperkuat komitmennya melalui pemantauan intensif untuk memastikan keberlanjutan pertumbuhan vegetasi yang telah ditanam. Upaya ini membuahkan hasil yang signifikan, di mana pohon mangrove yang ditanam tercatat tumbuh dengan tingkat kelangsungan hidup (*survival rate*) mencapai 92,1%. Selain dampak ekologis, program ini juga menyentuh aspek sosial melalui kolaborasi aktif bersama masyarakat setempat, dengan melibatkan 485 orang anggota komunitas. [OJK F.9, F.10, F.16]

The Company is pursuing various strategic pathways to mitigate GHG emissions, ranging from optimizing energy use in offices to purchasing PLN's Renewable Energy Certificate (REC). In managing emissions from electricity consumption (Scope 2), the Company follows the approach recommended by the GHG Protocol, namely location-based and market-based reporting. As part of the market-based approach, the Company purchased 922 MWh of RECs. The purchase of certificates entitles the Company to claim the use of an equivalent amount of renewable energy, thereby reducing Scope 2 emissions under the market-based approach.

This step reflects the Company's commitment to supporting the energy transition and national decarbonisation targets, whilst ensuring transparency in emissions reporting in accordance with applicable best practices. [OJK F.12] [GRI 305-4]

Waste Management

The Company generates non-hazardous waste from office activities, such as paper waste and food scraps, which are directly managed by the building manager. [OJK F.13, F.14, F.15]

Biodiversity

All of Allianz Life's operational areas are located in urban areas that do not directly border natural conservation areas, so business operations do not harm biodiversity in protected areas. Nevertheless, the Company remains committed to mitigating the impacts of climate change through a mangrove planting program along the Jakarta coastline.

Launched in 2023, this environmental conservation initiative—carried out in collaboration with the Group—has resulted in the planting of over 12,260 mangrove trees. As a bulwark of the coastal ecosystem, mangroves play a crucial role in effectively absorbing carbon dioxide, mitigating coastal erosion, and providing natural habitats for biodiversity.

Entering 2025, the Company strengthened its commitment through intensive monitoring to ensure the sustainable growth of the planted vegetation. These efforts yielded significant results, with the planted mangrove trees recorded to have a survival rate of 92.1%. In addition to ecological impacts, this program also addresses social aspects through active collaboration with local communities, involving 485 community members. [OJK F.9, F.10, F.16]

Kinerja Sosial

Social Performance

Manajemen Talenta

Perusahaan menempatkan tenaga kerja dan keahliannya sebagai aset penting yang mendorong kinerja bisnis secara berkelanjutan. Karena itu, Allianz Life berupaya untuk menarik, mengembangkan, dan mempertahankan talenta secara berkesinambungan. Perusahaan fokus membangun tenaga kerja yang beragam dan inklusif dengan memberikan peluang yang setara, sesuai kebutuhan Perusahaan dan peraturan yang berlaku. Setiap karyawan yang diterima bekerja di Perusahaan telah menandatangani perjanjian kerja. Perusahaan juga membekali dan mendidik seluruh tenaga kerja untuk menghadapi tantangan melalui peluang pengembangan di setiap jenjang organisasi di tengah iklim bisnis yang dinamis. [OJK F.19] [GRI2-30]

Pada 2025, Perusahaan secara resmi menunjukkan keberhasilannya dalam menciptakan budaya tempat kerja yang baik untuk kedua kalinya dengan meraih sertifikasi Great Place to Work 2025. Sertifikasi ini memperkuat bukti komitmen Allianz Indonesia untuk selalu meningkatkan budaya kerja yang positif, inklusif, dan mendukung kolaborasi antar karyawan secara maksimal. Dengan meraih sertifikasi sebagai Great Place to Work 2025, Allianz Indonesia diakui secara global sebagai salah satu perusahaan yang berhasil menerapkan budaya tempat kerja dengan kepercayaan yang tinggi dari para karyawannya.

Kesetaraan Kesempatan Kerja

Allianz Life menerapkan prinsip kesetaraan kesempatan kerja dalam setiap proses penerimaan tenaga kerja, selaras dengan kebutuhan dan arah pengembangan bisnis Perusahaan. Dalam kerangka ini, Perusahaan secara aktif merekrut talenta muda dari perguruan tinggi terkemuka di Indonesia maupun tenaga profesional berpengalaman di bidang yang relevan. Upaya penguatan *Employer Branding* dijalankan melalui kemitraan strategis dengan berbagai universitas, keikutsertaan dalam bursa kerja, serta keterlibatan dalam berbagai kegiatan komunitas guna memperluas jangkauan pemetaan pasar tenaga kerja.

[OJK F.18]

Proses seleksi calon karyawan dilaksanakan melalui dua tahap utama, yaitu *asesmen* yang mengukur kemampuan verbal, numerik, serta kecenderungan perilaku kandidat dalam dunia kerja, dan wawancara mendalam untuk mengukur kompetensi dan kesesuaian kandidat dengan

Talent Management

The Company views its workforce and expertise as critical assets driving sustainable business performance. Therefore, Allianz Life strives to attract, develop, and retain talent continuously. The Company focuses on building a diverse and inclusive workforce by providing equal opportunities, in accordance with the Company's needs and applicable regulations. Every employee hired by the Company has signed an employment agreement. The Company also equips and educates its entire workforce to tackle challenges through development opportunities at every level of the organization amid a dynamic business climate. [OJK F.19]

[GRI2-30]

In 2025, the Company officially demonstrated its success in creating a positive workplace culture for the second time by achieving the Great Place to Work 2025 certification. This certification reinforces evidence of Allianz Indonesia's commitment to continuously improving a positive, inclusive work culture that maximally supports collaboration among employees. By achieving the Great Place to Work 2025 certification, Allianz Indonesia is globally recognized as one of the companies that successfully implements a workplace culture with high trust from its employees.

Equal Employment Opportunity

Allianz Life upholds the principle of equal employment opportunity in every recruitment process, in line with the Company's business needs and development direction. Within this framework, the Company actively recruits young talent from leading universities in Indonesia as well as experienced professionals in relevant fields. Efforts to strengthen Employer Branding are carried out through strategic partnerships with various universities, participation in job fairs, and involvement in various community activities to expand the scope of labor market mapping. [OJK F.18]

The candidate selection process consists of two main stages: an assessment measuring candidates' verbal and numerical abilities, as well as their behavioral tendencies in the workplace, and an in-depth interview to evaluate their competencies and suitability for the targeted position. This

posisi yang dituju. Pendekatan seleksi yang terstruktur ini memastikan bahwa Perusahaan senantiasa menempatkan individu dengan kapasitas terbaik untuk mendukung pertumbuhan dan keberlangsungan bisnis jangka panjang.

[OJK F.19] [GRI401-1]

Prinsip meritokrasi yang inklusif diterapkan sehingga setiap karyawan memiliki kesempatan yang sama untuk mendapatkan promosi jabatan berdasarkan prestasi dan pencapaiannya. Perusahaan menilai prestasi dan capaian per individu karyawan secara objektif dan terbuka melalui serangkaian proses dialog dan diskusi dua arah antara karyawan dan manajernya. Proses ini memastikan penilaian yang adil dan terbuka, serta memungkinkan manajer menerima masukan langsung dari karyawan.

Tenaga Kerja Anak dan Tenaga Kerja Paksa

Perusahaan menegaskan komitmennya untuk memastikan tidak terdapat praktik pekerja anak maupun kerja paksa di seluruh lingkungan operasional Perusahaan. Ketentuan jam kerja ditetapkan selaras dengan peraturan ketenagakerjaan yang berlaku, disertai fleksibilitas dalam tata cara bekerja yang berorientasi pada pencapaian hasil.

Sebagai perusahaan asuransi jiwa yang beroperasi di sektor jasa keuangan, Perusahaan tidak mengidentifikasi adanya operasi yang memiliki risiko signifikan terhadap praktik pekerja anak maupun kerja paksa. Seluruh karyawan dipekerjakan berdasarkan hubungan kerja yang sah sesuai ketentuan perundang-undangan ketenagakerjaan yang berlaku di Indonesia, dengan usia minimum perekrutan yang ditetapkan sesuai regulasi.

Dalam rantai pasokan, Perusahaan bekerja sama dengan pemasok yang bergerak di bidang jasa, antara lain teknologi informasi, pengelolaan gedung, dan percetakan. Perusahaan menilai bahwa pemasok-pemasok tersebut tidak termasuk dalam kategori operasi berisiko tinggi terhadap pekerja anak maupun kerja paksa, mengingat seluruh pemasok berdomisili dan beroperasi di Indonesia di bawah kerangka hukum ketenagakerjaan yang sama. Meskipun demikian, Perusahaan tetap berkomitmen untuk memastikan seluruh mitra pemasok mematuhi standar ketenagakerjaan yang berlaku, sebagai bagian dari pengelolaan rantai pasok yang bertanggung jawab. [GRI 408-1, 409-1]

Dalam pelaksanaannya, Perusahaan menerapkan sistem kerja *hybrid* dimana karyawan diwajibkan bekerja di kantor minimal 3 hari setiap minggunya dengan waktu operasional fleksibel mulai pukul 07.00–09.00 waktu setempat, dengan durasi delapan jam kerja per hari selama lima hari dalam seminggu. Setiap pekerjaan yang dilaksanakan di luar jam kerja yang ditetapkan dikategorikan sebagai lembur dan diberikan kompensasi sesuai dengan ketentuan yang

structured selection approach ensures that the Company consistently places individuals with the best capabilities to support long-term business growth and sustainability.

[OJK F.19] [GRI401-1]

An inclusive meritocracy principle is applied so that every employee has an equal opportunity to receive a promotion based on their performance and achievements. The Company evaluates the performance and achievements of each employee objectively and transparently through a series of two-way dialogue and discussion processes between employees and their managers. This process ensures fair and transparent evaluation, and allows managers to receive direct feedback from employees.

Child Labor and Forced Labor

The Company reaffirms its commitment to ensuring there are no practices of child labor or forced labor throughout the Company's operational environment. Working hours are established in accordance with applicable labor regulations, accompanied by flexibility in work arrangements focused on achieving results.

As a life insurance company operating in the financial services sector, the Company does not identify any operations that pose significant risks related to child labor or forced labor practices. All employees are employed under lawful employment relationships in accordance with prevailing labor laws and regulations in Indonesia, with minimum hiring age requirements established in line with applicable regulations.

Within its supply chain, the Company collaborates with service-based suppliers, including those in information technology, building management, and printing services. The Company assesses that these suppliers do not fall into categories of operations with a high risk of child labor or forced labor, as all suppliers are domiciled and operate in Indonesia under the same labor law framework. Nevertheless, the Company remains committed to ensuring that all supplier partners comply with applicable labor standards as part of responsible supply chain management.

[GRI 408-1, 409-1]

In practice, the Company implements a hybrid work system where employees are required to work in the office for at least 3 (three) days every week with flexible operating hours from 7:00 to 9:00 local time, with an eight-hour workday for five days a week. Any work performed outside the designated working hours is categorized as overtime and compensated in accordance with applicable regulations. Through this policy, the Company ensures that all employees

berlaku. Melalui kebijakan ini, Perusahaan memastikan bahwa seluruh karyawan menjalankan pekerjaannya dalam kondisi yang layak, bermartabat, dan bebas dari segala bentuk paksaan. [OJK F.19] [GRI 408-1, 409-1]

Human Resources Information System (HRIS)

Perusahaan telah mengimplementasikan sistem pencatatan basis data karyawan berbasis SAP untuk mengelola karyawan. SAP merupakan piranti lunak yang digunakan untuk manajemen proses bisnis, ditujukan untuk mengelola basis data karyawan lebih baik, teratur, dan terintegrasi dengan Grup Allianz. Melalui penerapan HRIS dan kemudahan akses ke sistem yang ramah pengguna, Perusahaan berupaya meningkatkan *employee experience* secara berkelanjutan.

Perusahaan telah melakukan digitalisasi pada semua proses HRD melalui sistem SAP, dan mengintegrasikan SAP dengan aplikasi-aplikasi di divisi lain untuk meningkatkan efisiensi pekerjaan dan meningkatkan akurasi data sumber daya manusia.

Perusahaan juga menyediakan sistem informasi terpusat seperti Employee Portal yang dirancang untuk mempermudah akses karyawan terhadap berbagai informasi penting terkait *Human Resources* seperti Peraturan Perusahaan, Prosedur, Panduan, Dokumen, dan Formulir.

Remunerasi & Tunjangan Karyawan

Dalam penyusunan kebijakan remunerasi, Perusahaan senantiasa berpedoman pada ketentuan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia serta menjunjung tinggi prinsip-prinsip prestasi, kesetaraan, keadilan, dan non-diskriminasi. Besaran remunerasi ditetapkan berdasarkan tingkatan jabatan dan fungsi masing-masing posisi, dengan upah karyawan pada jenjang terendah ditetapkan minimal setara atau melampaui Upah Minimum Regional (UMR) yang berlaku.

Perusahaan turut memberikan tunjangan yang disesuaikan dengan jenjang jabatan sebagai bentuk dukungan terhadap kinerja dan kesejahteraan karyawan. Seluruh karyawan secara menyeluruh diikutsertakan dalam program BPJS Kesehatan, asuransi kesehatan kumpulan, serta BPJS Ketenagakerjaan sebagai bagian dari pemenuhan jaminan sosial yang komprehensif.

Guna menjaga daya saing remunerasi, Perusahaan berpartisipasi dalam survei remunerasi tahunan yang diselenggarakan oleh pihak ketiga independen, yang hasilnya dijadikan acuan dalam penyesuaian kebijakan remunerasi pada tahun berikutnya. Di samping itu, Perusahaan juga mengikuti survei kesenjangan upah berbasis gender yang diinisiasi oleh Grup, dan telah memenuhi standar minimum yang ditetapkan dalam kerangka tersebut. [OJK F.20] [GRI 401-2] [GRI 405-2]

perform their duties under decent, dignified conditions and are free from any form of coercion. [OJK F.19] [GRI 408-1, 409-1]

Human Resources Information System (HRIS)

The Company has implemented an SAP-based employee database system to manage its workforce. SAP is business process management software designed to manage the employee database more effectively, systematically, and in an integrated manner with the Allianz Group. Through the implementation of HRIS and user-friendly system access, the Company strives to continuously enhance the employee experience.

The Company has digitized all HR processes through the SAP system and integrated SAP with applications in other divisions to improve work efficiency and enhance the accuracy of human resources data.

The Company also provides centralized information systems such as the Employee Portal, designed to facilitate employee access to various important Human Resources-related information, including Company Regulations, Procedures, Guidelines, Documents, and Forms.

Employee Remuneration & Benefits

In formulating remuneration policies, the Company consistently adheres to applicable Indonesian laws and regulations and upholds the principles of merit, equality, fairness, and non-discrimination. Remuneration levels are determined based on the job level and functions of each position, with wages for employees at the lowest level set to be at least equal to or exceed the applicable Regional Minimum Wage (UMR).

The Company also provides allowances tailored to job levels as a form of support for employee performance and well-being. All employees are fully enrolled in the BPJS Kesehatan program, group health insurance, and BPJS Ketenagakerjaan as part of the fulfillment of comprehensive social security coverage.

To maintain the competitiveness of its compensation, the Company participates in an annual compensation survey conducted by an independent third party, the results of which serve as a reference for adjusting compensation policies in the following year. Additionally, the Company participates in a gender pay gap survey initiated by the Group and has met the minimum standards set within that framework. [OJK F.20] [GRI 401-2] [GRI 405-2]

Program Cuti

Sebagai bentuk komitmen Perusahaan dalam mendukung kehidupan karyawan, Perusahaan memberlakukan kebijakan pemberian cuti melahirkan selama empat bulan atau 120 hari bagi ibu yang melahirkan. Sementara bagi karyawan laki-laki, Perusahaan memberikan cuti ayah selama satu bulan yang dapat diambil sejak istri melahirkan.

[GRI 401-3]

Selama tahun 2025, karyawan yang mengajukan cuti melahirkan dan cuti ayah sebanyak 38 orang yang terdiri dari karyawan wanita sebanyak 21 orang dan karyawan laki-laki sebanyak 17 orang. Karyawan yang kembali bekerja ke Perusahaan setelah masa cuti berakhir berjumlah 38 orang. [GRI 401-3]

Adapun cuti tahunan yang ditentukan Perusahaan ialah antara 15 - 30 hari, tergantung grade karyawan dan berapa lama karyawan bekerja, dengan masa jeda 6 bulan setelah tahun berjalan sebelum cuti tersebut dinyatakan hangus.

Perusahaan mendukung karyawan yang akan memasuki masa pensiun dalam bentuk anggaran untuk karyawan mengikuti pelatihan sebelum masa pensiun, maupun untuk membeli barang modal usaha. Besar nominal dan persentase anggaran tersebut ditentukan sesuai ketentuan Perusahaan. [GRI 201-3]

Program Pensiun [GRI 201-3]

Perusahaan berkomitmen untuk mempersiapkan seluruh karyawan dalam menghadapi dinamika bisnis yang terus berubah, dengan menyediakan peluang pengembangan yang relevan di setiap jenjang organisasi. Karyawan secara aktif didorong untuk mengikuti berbagai program peningkatan kompetensi, mulai dari seminar, lokakarya, hingga sertifikasi profesi, guna memperkuat kapasitas adaptasi dan pertumbuhan mereka secara berkelanjutan.

Lingkungan Bekerja yang Layak dan Aman

Allianz Life menempatkan kesejahteraan, keselamatan, dan kesehatan karyawan sebagai fondasi dalam membangun lingkungan kerja yang produktif dan berkelanjutan.

Sistem kerja *hybrid* yang telah berjalan sejak masa pandemi terus dipertahankan, dengan kewajiban karyawan bekerja di kantor minimal 3 hari setiap minggu, memberikan keleluasaan bagi karyawan untuk memilih bekerja di kantor maupun secara *remote* sesuai kebutuhan bisnis dan kesepakatan dengan manajer. Fleksibilitas ini diperkuat dengan pilihan jam mulai kerja antara pukul 07.00–09.00, memungkinkan karyawan menyesuaikan keberangkatan dengan kondisi tempat tinggal dan transportasi masing-masing. Kedua kebijakan ini secara bersamaan mendukung efisiensi kerja, keseimbangan hidup, serta pengurangan tekanan akibat mobilitas harian.

Leave Program

As part of the Company's commitment to supporting employees' well-being, the Company implements a policy granting four months or 120 days of maternity leave for mothers who give birth. For male employees, the Company provides one month of paternity leave, which can be taken starting from the day the wife gives birth. [GRI 401-3]

In 2025, a total of 38 employees applied for maternity and paternity leave, comprising 21 women and 17 men. A total of 38 employees returned to work at the Company after their leave periods ended. [GRI 401-3]

The annual leave determined by the Company ranges from 15 - 30 days, depending on the employee's grade and length of service, with a 6-month waiting period following the current year before the leave is forfeited.

The Company offers financial assistance to employees who are reaching retirement, providing a budget for training and purchasing business equipment. The specific amount and percentage allotted for this budget are determined in accordance with the Company's policies. [GRI 201-3]

Program Pensiun [GRI 201-3]

The Company is committed to preparing all employees to face the ever-changing dynamics of business by providing relevant development opportunities at every level of the organization. Employees are actively encouraged to participate in various competency enhancement programs, ranging from seminars and workshops to professional certifications, to strengthen their capacity for adaptation and sustainable growth.

A Decent and Safe Work Environment

Allianz Life prioritizes the well-being, safety, and health of its employees as the foundation for building a productive and sustainable work environment.

The hybrid work system, which has been in place since the pandemic, continues to be maintained, with employees required to work in the office for at least three days every week, providing flexibility for employees to choose between working in the office or remotely based on business needs and agreement with their manager. This flexibility is reinforced by the option to start work between 7:00 and 9:00, allowing employees to adjust their departure times based on their living conditions and transportation options. Together, these policies support work efficiency, work-life balance, and a reduction in stress caused by daily commuting.

Dari sisi sarana kerja, Perusahaan menyediakan perangkat yang memadai, meliputi laptop, telepon genggam, dan paket data internet. Dukungan mobilitas juga diberikan melalui fasilitas carpool dan voucher taksi, berlaku bagi seluruh karyawan tetap maupun kontrak langsung Allianz.

Apresiasi terhadap karyawan diwujudkan melalui program pengembangan yang mencakup pelatihan, pengembangan karir, serta penghargaan tunai dan non-tunai. Keterikatan karyawan dijaga melalui *employee engagement survey* dan *town hall meeting* setiap kuartal yang membuka ruang komunikasi dua arah secara konsisten. [OJK F.21]

Identifikasi Bahaya dan Penilaian Risiko

Perusahaan melakukan identifikasi bahaya dan penilaian risiko keselamatan kerja secara berkala di seluruh lingkungan kerja perkantoran. Dengan menggunakan metode HIRADC (*Hazard Identification Risk Assessment Defining Control*) maka identifikasi dan penilaian meliputi karyawan yang memiliki risiko tinggi, risiko sedang dan risiko rendah dalam pekerjaannya. HIRADC didokumentasikan dan ditinjau senantiasa secara periodik oleh tim P2K3 (Panitia Pembina Keselamatan dan Kesehatan Kerja).

Pelaporan Bahaya dan Kondisi Tidak Aman

Perusahaan menyediakan mekanisme pelaporan bahaya yang dapat diakses oleh seluruh karyawan, termasuk pekerja non-karyawan yang beroperasi di lingkungan Perusahaan. Setiap karyawan didorong untuk melaporkan kondisi tidak aman, potensi bahaya, maupun insiden keselamatan kerja melalui saluran pelaporan yang tersedia, tanpa kekhawatiran terhadap sanksi atau tindakan retaliasi. Pelaporan dapat dilakukan secara langsung kepada atasan ataupun tim HR. Pelaporan dapat dilakukan secara langsung kepada atasan atau tim Protection & Resilience ataupun tim HR.

Kebijakan dan Prosedur Keselamatan Kerja [GRI 403-2]

Perusahaan telah menetapkan kebijakan keselamatan kerja yang berlaku bagi seluruh karyawan di semua lokasi operasional, sebagai landasan pelaksanaan program keselamatan dan kesehatan kerja secara menyeluruh. Kebijakan ini mencakup prosedur tanggap darurat, evakuasi, penanganan kecelakaan kerja, serta pedoman ergonomi untuk karyawan yang bekerja dengan perangkat komputer dalam durasi panjang. Perusahaan juga secara rutin menyelenggarakan simulasi evakuasi kebakaran dan pelatihan pertolongan pertama (*first aid*) bagi karyawan yang ditunjuk sebagai petugas keselamatan kerja di masing-masing lantai atau area kerja. [GRI 403-1]

In terms of work tools, the Company provides adequate equipment, including laptops, mobile phones, and internet data packages. Mobility support is also provided through carpool facilities and taxi vouchers, available to all permanent and direct-hire Allianz employees.

Appreciation for employees is demonstrated through development programs that include training, career development, and cash and non-cash rewards. Employee engagement is maintained through quarterly employee engagement surveys and town hall meetings that consistently facilitate two-way communication. [OJK F.21]

Hazard Identification and Risk Assessment

*The company conducts periodic hazard identification and occupational safety risk assessments across the entire office work environment. By using the HIRADC (*Hazard Identification Risk Assessment Defining Control*) method, the identification and assessment cover employees with high-risk, medium-risk, and low-risk levels in their work. HIRADC is documented and regularly reviewed on a periodic basis by the P2K3 team (Occupational Safety and Health Committee).*

Hazard and Unsafe Condition Reporting

The Company provides a hazard reporting mechanism that is accessible to all employees, including non-employee workers operating within the Company's premises. Employees are encouraged to report unsafe conditions, potential hazards, or health & safety incidents through the available reporting channels without fear of sanctions or retaliation. Reports may be submitted directly to supervisors or the HR team. Reports can be made directly to your line manager, the Protection & Resilience team or the HR team.

Health & Safety Policies and Procedures [GRI 403-2]

The Company has established health & safety policies that apply to all employees at all operational locations, serving as the foundation for the comprehensive implementation of occupational safety and health programs. These policies include emergency response procedures, evacuation procedures, workplace accident handling, and ergonomic guidelines for employees who work with computer equipment for extended periods. The Company also routinely conducts fire evacuation drills and first aid training for employees appointed as floor warden on each floor or work area.

[GRI 403-1]

Investigasi Insiden

Setiap insiden atau kecelakaan kerja yang terjadi ditindaklanjuti melalui proses investigasi terstruktur untuk mengidentifikasi akar penyebab (*root cause*), mencegah kejadian serupa, dan memastikan pemulihan karyawan yang terdampak. Hasil investigasi didokumentasikan dan dijadikan dasar perbaikan kebijakan maupun prosedur keselamatan kerja yang relevan. Sepanjang tahun 2025, tidak terdapat kecelakaan kerja yang mengakibatkan kehilangan hari kerja (*lost time injury*) di lingkungan operasional Perusahaan dan telah dilaporkan secara berkala oleh tim P2K3 ke <https://p2k3disnakerdki.org>.

[GRI 403-2, 403-9]

Ke depan, Perusahaan menetapkan target terciptanya lingkungan kerja yang lebih sehat, aman, dan bebas kecelakaan (*zero accident*) di seluruh lini operasi. Fokus pengembangan diarahkan pada peningkatan kesejahteraan fisik dan mental karyawan, termasuk terwujudnya keseimbangan kerja yang optimal sebagai penopang produktivitas dan kinerja jangka panjang, seiring dengan penguatan kepatuhan terhadap standar keselamatan kerja secara menyeluruh.

Layanan Kesehatan [GRI 403-3, 403-4, 403-6]

Perusahaan berupaya menghadirkan fasilitas kesehatan bagi karyawan, baik di kantor maupun di luar kantor. Di kantor pusat, Perusahaan menyediakan fasilitas dokter umum sebanyak tiga hari kerja dalam seminggu dengan jadwal praktek pada jam kerja karyawan, agar karyawan dapat berkonsultasi perihal kesehatan mereka secara umum, serta mendapatkan pertolongan medis pertama selama berada di kantor.

Untuk layanan kesehatan di luar kantor, Perusahaan telah menyediakan asuransi kesehatan untuk memudahkan karyawan dan keluarga mengakses layanan kesehatan publik. Dalam hal ini, *HR Services* bekerja sama dengan *provider* asuransi kesehatan yang dipakai karyawan, telah menyediakan fasilitas telekonsultasi medis. Melalui fasilitas ini, karyawan dapat melakukan konsultasi medis tanpa perlu meninggalkan rumah. Sementara untuk mengoptimalkan manfaat asuransi kesehatan yang dimiliki karyawan dan keluarganya, Perusahaan juga menyediakan layanan *helpdesk* sebanyak tiga hari kerja dalam seminggu, berlokasi di kantor pusat.

Perusahaan juga menyediakan fasilitas *medical check-up* gratis setiap tahunnya atau dua tahun sekali tergantung dari umur karyawan.

Incident Investigation

Every incident or workplace accident is followed up through a structured investigation process to identify root causes, prevent recurrence, and ensure the recovery of affected employees. Investigation results are documented and used as a basis for improving relevant Health & Safety policies and procedures. Throughout 2025, there were no workplace accidents resulting in lost time injuries within the Company's operational environment and has been periodically reported by the P2K3 team through <https://p2k3disnakerdki.org>.

[GRI 403-2, 403-9]

Moving forward, the Company has set a target to create a healthier, safer, and zero accident work environment across all operational lines. Development efforts are focused on improving employees' physical and mental well-being, including achieving optimal work-life balance as a foundation for long-term productivity and performance, alongside strengthening comprehensive compliance with health & safety standards.

Health Services [GRI 403-3, 403-4, 403-6]

The Company strives to provide healthcare facilities for employees, both in and outside the office. At the headquarters, the Company provides a general practitioner three days a week, with office hours during employees' working hours, so that employees can consult about their general health and receive first aid while at the office.

For healthcare services outside the office, the Company has provided health insurance to facilitate employees and their families' access to public healthcare services. In this regard, *HR Services*, in collaboration with the health insurance providers used by employees, has made telemedicine services available. Through this service, employees can consult with a doctor without leaving home. Meanwhile, to maximize the benefits of the health insurance held by employees and their families, the Company also provides a helpdesk service three business days a week, located at the headquarters.

The Company also provides free medical check-ups annually or every two years, depending on the employee's age.

Employee Assistance Program (EAP)

Melalui program EAP, Perusahaan menyediakan layanan konsultasi pribadi untuk karyawan dengan psikolog profesional. Karyawan dapat melakukan konsultasi terhadap permasalahan yang sedang dihadapi, baik terkait lingkungan kantor maupun kehidupan pribadi. Perusahaan berkomitmen untuk menjaga kerahasiaan seluruh informasi yang disampaikan dalam sesi konsultasi, dan memastikan bahwa data tersebut tidak digunakan dalam proses penilaian kinerja maupun keputusan karir yang dapat merugikan karyawan yang bersangkutan. [GRI 403-6]

Hingga 31 Desember 2025, program ini mendapatkan respons positif dari karyawan. Perusahaan terus memanfaatkan program ini sebagai salah satu sarana untuk mempererat keterlibatan karyawan dan membangun budaya kerja yang lebih sehat.

Kerahasiaan Data Kesehatan Karyawan

Perusahaan berkomitmen menjaga kerahasiaan seluruh informasi kesehatan karyawan yang diperoleh melalui berbagai kanal layanan, mencakup hasil *medical check-up*, rekam konsultasi dengan dokter di kantor, data klaim asuransi kesehatan, serta sesi konsultasi dalam program EAP. Seluruh data kesehatan karyawan dikelola sesuai dengan ketentuan perlindungan data pribadi yang berlaku dan hanya dapat diakses oleh pihak yang berwenang. Perusahaan memastikan bahwa informasi kesehatan tersebut tidak digunakan sebagai pertimbangan dalam proses penilaian kinerja, promosi, maupun keputusan karir lainnya yang dapat merugikan karyawan yang bersangkutan. [GRI 403-3]

Pencegahan dan Mitigasi Dampak Negatif Keselamatan Kerja [GRI 403-7]

Perusahaan secara proaktif mengidentifikasi dan memitigasi potensi dampak negatif keselamatan dan kesehatan kerja yang relevan dengan operasional berbasis kantor. Risiko gangguan kesehatan akibat bekerja terlalu lama di depan komputer dicegah melalui penyediaan fasilitas kerja yang nyaman, panduan posisi duduk yang benar, serta anjuran melakukan jeda aktivitas secara berkala. Risiko kesehatan mental dan psikososial dimitigasi melalui *Employee Assistance Program (EAP)*, kebijakan beban kerja yang wajar, dan budaya kerja yang mendukung kesejahteraan. Risiko keselamatan gedung dan keadaan darurat dikelola melalui prosedur evakuasi, simulasi berkala, *floor warden* terlatih, serta pemenuhan standar keselamatan gedung. Selain itu, Perusahaan mencegah penyebaran penyakit melalui pemeliharaan kebersihan dan kualitas udara, fasilitas sanitasi yang memadai, serta akses layanan kesehatan dan *medical check-up* berkala. [GRI 403-7]

Employee Assistance Program (EAP)

Through the EAP program, the Company provides private counseling services for employees with professional psychologists. Employees can seek counseling regarding issues they are facing, whether related to the workplace or their personal lives. The Company is committed to maintaining the confidentiality of all information shared during counseling sessions. It ensures that such data is not used in performance evaluations or career decisions that could be detrimental to the employee in question. [GRI 403-6]

As of December 31, 2025, this program has received a positive response from employees. The Company continues to utilize this program as a means to strengthen employee engagement and foster a healthier work culture.

Employee Health Data Confidentiality

The Company is committed to maintaining the confidentiality of all employee health information obtained through various service channels, including medical check-up results, records of consultations with on-site doctors, health insurance claim data, and consultation sessions under the Employee Assistance Program (EAP). All employee health data are managed in accordance with applicable personal data protection regulations and may only be accessed by authorized parties. The Company ensures that such health information is not used as a consideration in performance evaluations, promotions, or other career-related decisions that could be detrimental to the employee concerned.

[GRI 403-3]

Prevention and Mitigation of Negative Health & Safety Impacts [GRI 403-7]

The Company proactively identifies and mitigates potential negative impacts on occupational health and safety relevant to office-based operations. Health risks arising from prolonged computer use are prevented through the provision of comfortable work facilities, guidelines on proper sitting posture, and encouragement to take regular activity breaks. Mental health and psychosocial risks are mitigated through the Employee Assistance Program (EAP), fair workload policies, and a work culture that supports employee wellbeing. Building safety and emergency risks are managed through established evacuation procedures, regular drills, trained Health & Safety officers, and compliance with applicable building safety standards. In addition, the Company prevents the spread of diseases by maintaining cleanliness and air quality, providing adequate sanitation facilities, and ensuring access to healthcare services and periodic medical check-ups. [GRI 403-7]

Pengembangan Kapasitas Karyawan [OJK F.22]

[GRI 404-1] [GRI 404-2]

Pengembangan sumber daya manusia di Allianz Life bertumpu pada ekosistem pembelajaran digital yang memungkinkan karyawan mengakses materi pembelajaran kapan saja dan di mana saja melalui perangkat mereka. Ekosistem ini dibangun melalui kemitraan dengan platform-platform terkemuka, antara lain SAP SuccessFactors, LinkedIn Learning, Book Lab, dan Degreed, yang secara kolektif menghadirkan pengalaman belajar yang fleksibel, berkualitas, dan selaras dengan kebutuhan pengembangan individu maupun organisasi. [OJK F.22] [GRI 404-2]

Employee Capacity Development [OJK F.22] [GRI 404-1]

[GRI 404-2]

Human resource development at Allianz Life is anchored in a digital learning ecosystem that enables employees to access learning materials anytime and anywhere via their devices. This ecosystem is built through partnerships with leading platforms, including SAP SuccessFactors, LinkedIn Learning, Book Lab, and Degreed, which collectively deliver a flexible, high-quality learning experience aligned with both individual and organizational development needs.

[OJK F.22] [GRI 404-2]



Allianz Life membangun ekosistem talenta yang mampu menarik, mengembangkan, dan mempertahankan sumber daya manusia yang berdedikasi terhadap pertumbuhan bisnis jangka panjang yang berkelanjutan. Perusahaan menempatkan keberagaman dan inklusivitas sebagai pilar utama dalam pengelolaan tenaga kerja, dengan memastikan setiap individu memperoleh kesempatan yang setara untuk berkembang. Melalui program pengembangan yang terstruktur di setiap jenjang organisasi, Perusahaan secara konsisten membekali karyawannya dengan kompetensi yang dibutuhkan untuk menghadapi tantangan di tengah lanskap bisnis yang terus bergerak dinamis.

Allianz Life builds a talent ecosystem capable of attracting, developing, and retaining human resources dedicated to sustainable long-term business growth. The Company prioritizes diversity and inclusion as key pillars of workforce management, ensuring every individual has equal opportunities to grow. Through structured development programs at every organizational level, the Company consistently equips its employees with the competencies needed to tackle challenges in an ever-evolving business landscape.

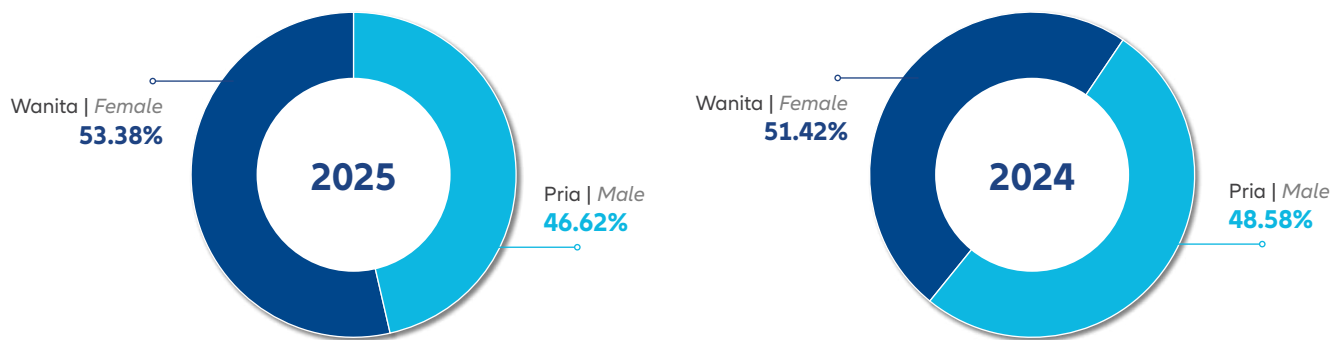


5 BESAR JENIS PELATIHAN TOP 5 TRAINING

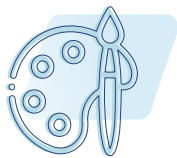
- Problem Solving and Business
- Digital and Data
- Leadership
- Resilience
- Curiosity

Tabel Jam Pelatihan Tahun 2025
Table of Average Training Hours in 2025 [404-1]

Keterangan Description	Jam Pelatihan Training Hours	Jumlah Peserta Pelatihan Employees in Training
Berdasarkan Jenis Kelamin <i>By Gender</i>		
Pria Male	31.212	618
Wanita Female	37.671	593
Berdasarkan Jenjang Jabatan <i>By Position Level</i>		
Manajer Manager	11.168	141
Staf Staff	57.715	1.070

Persentase Karyawan Berdasarkan Jenis Kelamin
Percentage of Employee by Gender

Friyay, I'm in Love

Dalam rangka meningkatkan keterlibatan karyawan dan menciptakan budaya pembelajaran, setiap hari Jumat diadakan acara "Friyay, I'm in Love" yang berisikan berbagai kegiatan pembelajaran. Acara ini meliputi:


ART

Mempelajari berbagai keterampilan kesenian dan kebudayaan untuk meningkatkan kreativitas karyawan.

Developing a variety of artistic and cultural abilities to boost employee creativity


INTEREST & HOBBY

Menyalurkan minat dan hobi karyawan melalui berbagai komunitas yang didukung oleh Perusahaan.

Channelling the hobbies and interests of employees through various communities supported by the Company.


MINDSET

Membangun kesadaran dan pengetahuan karyawan terkait tren dunia bisnis dan industri.

Building employee awareness and knowledge with business and industry trends.


SPORTS

Meningkatkan *employee well-being* melalui berbagai kegiatan olahraga.

Improving employee health and well-being through a variety of sports activities.

Friyay, I'm in Love

Every Friday, the Company organizes a "Friyay, I'm in Love" event to increase employee engagement and foster a learning culture. The event includes a variety of learning activities. This event includes:

#LEAD

Sebagai bagian dari pengembangan kepemimpinan dan pengelolaan talenta, maka karyawan yang telah diidentifikasi sebagai leader akan mengikuti program #LEAD untuk mendapatkan Allianz Leadership Passport. Jumlah leader Allianz Utama Indonesia yang berpartisipasi dalam program ini selama 2025 adalah 25 orang.

Allianz Sales Academy (ASA)

Selain bagi karyawan, Allianz Life juga memberikan perhatian besar terhadap pengembangan pembelajaran (*learning & development*) bagi tenaga pemasar sebagai salah satu pilar utama dalam mendorong pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. Allianz Sales Academy (ASA) hadir sebagai wadah pembelajaran dan pengembangan yang dirancang khusus untuk seluruh tenaga pemasar di semua kanal distribusi Perusahaan, mencakup agen Allianz Star Network (ASN), tenaga pemasar Bancassurance, serta tenaga pemasar asuransi kesehatan dan solusi korporat. Program yang tersedia bersifat wajib maupun pilihan, disesuaikan dengan kebutuhan pengembangan masing-masing jalur distribusi.

Kurikulum ASA mengacu pada standar pembelajaran terbaik dalam industri asuransi, dengan pendekatan yang komprehensif dalam membentuk karakter sekaligus kompetensi tenaga pemasar. Program-program yang dirancang bertujuan mendorong peningkatan produktivitas dan kualitas kepemimpinan secara bertahap, mulai dari tahap awal bergabung hingga pencapaian jenjang pemimpin penjualan yang profesional.

Sejak 2019, ASA memperkenalkan Learning Management System (LMS) sebagai platform pembelajaran digital yang memperluas jangkauan akses pelatihan bagi seluruh tenaga pemasar Perusahaan. Melalui LMS, tenaga pemasar dapat mengakses berbagai materi pelatihan wajib maupun pilihan secara digital, kapan saja dan di mana saja, tanpa terbatas oleh waktu maupun lokasi.

#LEAD

As part of leadership development and talent management, employees who have been spotted as potential leaders are asked to participate in the #LEAD program to receive an Allianz Leadership Passport. In 2025, 25 Allianz Utama Indonesia leaders participated in this program.

Allianz Sales Academy (ASA)

In addition to employees, Allianz Life places great emphasis on learning and development for sales representatives as one of the main pillars in driving sustainable business growth. The Allianz Sales Academy (ASA) serves as a dedicated learning and development platform designed for all sales representatives across the Company's distribution channels, including Allianz Star Network (ASN) agents, Bancassurance sales representatives, and health insurance and corporate solutions sales representatives. The available programs are both mandatory and optional, tailored to the specific development needs of each distribution channel.

The ASA curriculum is based on the best learning standards in the insurance industry, employing a comprehensive approach to shaping both the character and competencies of sales professionals. The programs are designed to foster gradual improvements in productivity and leadership quality, from the initial stages of joining the Company through to achieving the level of a professional sales leader.

Since 2019, ASA has introduced a Learning Management System (LMS) as a digital learning platform that expands access to training for all of the Company's sales representatives. Through LMS, sales representatives can access a variety of mandatory and optional training materials digitally, anytime and anywhere, without being limited by time or location.

Mendukung Kehidupan Masyarakat Menjadi Lebih Baik

Supporting a Better Quality of Life for the Community

Sebagai perusahaan asuransi meyakini bahwa kehadiran bisnisnya harus memberikan manfaat nyata bagi masyarakat luas. Komitmen ini diwujudkan melalui upaya perluasan akses perlindungan asuransi bagi lebih banyak masyarakat, sekaligus memastikan seluruh kegiatan operasional dijalankan secara bertanggung jawab dan selaras dengan kepentingan komunitas di sekitarnya.

Pendekatan Kami

Komitmen Allianz Life terhadap masyarakat terwujud dalam dua jalur yang saling melengkapi, yaitu melalui produk dan layanan asuransi yang inovatif, serta melalui program tanggung jawab sosial yang dijalankan bersama Yayasan Allianz Peduli (YAP). Keduanya berangkat dari satu keyakinan yang sama bahwa kehadiran Perusahaan harus memberi manfaat nyata, tidak hanya bagi nasabah, tetapi juga bagi masyarakat luas. [GRI 3-3]

Dampak Operasional Perusahaan

Sebagai perusahaan asuransi jiwa yang beroperasi di sektor jasa keuangan, dampak operasional Perusahaan bersifat tidak langsung terhadap lingkungan fisik. Perusahaan mengidentifikasi dampak positif utama meliputi penyerapan tenaga kerja, kontribusi pajak kepada negara, serta dukungan perekonomian lokal melalui pengadaan barang dan jasa dari pemasok sekitar kantor. Di sisi lingkungan, Perusahaan mengidentifikasi potensi dampak negatif dari konsumsi energi operasional gedung kantor, mobilitas karyawan, serta timbulan limbah kertas dan elektronik. Perusahaan telah melakukan upaya mitigasi melalui upaya efisiensi energi serta digitalisasi dokumen.

Perusahaan juga memastikan tersedianya saluran pengaduan yang mudah diakses oleh nasabah maupun masyarakat umum, baik terkait layanan Perusahaan maupun aspek sosial dan lingkungan. Pengaduan dapat disampaikan melalui layanan pelanggan via telepon, email, atau kunjungan langsung ke kantor layanan. Setiap laporan yang masuk ditangani dan ditindaklanjuti secara serius oleh tim yang berwenang. Sepanjang tahun 2025, tidak terdapat pengaduan dari masyarakat terkait dampak negatif dari aktivitas operasional Perusahaan. [OJK F.23, F.24] [GRI 2-25, 2-26, 413-2]

As an insurance provider, the Company believes that its business presence must deliver tangible benefits to the broader community. This commitment is realized through efforts to expand access to insurance protection for a wider population, while ensuring that all operational activities are conducted responsibly and in alignment with the interests of surrounding communities.

Our Approach

Allianz Life's commitment to society is manifested through two complementary pathways: innovative insurance products and services, and social responsibility programs managed alongside the Yayasan Allianz Peduli (YAP). Both pathways stem from a shared conviction that the Company's presence must provide real value, not only to customers but also to society at large. [GRI 3-3]

Company Operational Impact

As a life insurance company operating in the financial services sector, the Company's operational impact on the physical environment is indirect in nature. The Company identifies key positive impacts, including employment generation, tax contributions to the state, and support for the local economy through the procurement of goods and services from suppliers located around its offices. From an environmental perspective, the Company identifies potential negative impacts arising from energy consumption in office buildings, employee mobility, and the generation of paper and electronic waste. The Company has implemented mitigation efforts through energy efficiency initiatives and the digitalization of documents.

The Company also ensures the availability of easily accessible complaint channels for both customers and the general public, covering matters related to the Company's services as well as social and environmental aspects. Complaints can be submitted through customer service via telephone, email, or direct visits to service offices. Every report received is handled and followed up seriously by the authorized team. Throughout 2025, there were no complaints from the public related to negative impacts arising from the Company's operational activities. [OJK F.23, F.24] [GRI 2-25, 2-26, 413-2]

Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan

Allianz Life melalui Yayasan Allianz Peduli (YAP), yang berfungsi sebagai wadah konsolidasi pelaksanaan inisiatif sosial bagi tiga entitas operasional Allianz Indonesia, turut menjalankan berbagai program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan bagi masyarakat luas di bidang pendidikan, kesehatan, pemberdayaan ekonomi, serta lingkungan dan bantuan penanganan bencana. Selama tahun 2025, program-program tersebut berhasil menjangkau lebih dari 2.177.365 orang di seluruh Indonesia. Program TJSL kami didukung oleh kontribusi 1.080 relawan. [\[OJK F.25\]](#)

Pilar Pendidikan

Kegiatan TJSL pilar pendidikan bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat. Kami berfokus pada edukasi literasi keuangan bagi masyarakat umum serta edukasi Sains dan Bahasa Inggris yang menyenangkan bagi anak-anak.

Social and Environmental Responsibility

Allianz Life, through the Yayasan Allianz Peduli (YAP) which serves as a coordinating body for the implementation of social initiatives across Allianz Indonesia's three operational entities also runs various Corporate Social Responsibility programmes for the wider community in the fields of education, health, economic empowerment, the environment and disaster relief. During 2025, these programmes successfully reached over 2,177,365 people across Indonesia. Our CSR programmes are supported by the contributions of 1,080 volunteers. [\[OJK F.25\]](#)

Education Pillar

CSR activities under the education pillar aim to enhance community knowledge and skills. We focus on financial literacy education for the general public, as well as engaging Science and English language education for children.

No	Kegiatan Activity	Jumlah Kegiatan Number of Activities	Penerima Manfaat Beneficiaries
1	Literasi Keuangan untuk Anak sepanjang 2025 <i>Financial Literacy for Children by 2025</i>	3	155
2	Literasi Keuangan untuk Remaja sepanjang 2025 <i>Financial Literacy for Young People by 2025</i>	21	15.154
3	Literasi Keuangan untuk Keluarga sepanjang 2025 <i>Financial Literacy for Families by 2025</i>	9	185
4	Literasi Keuangan untuk Professional sepanjang 2025 <i>Financial Literacy for Professionals by 2025</i>	1	341
5	SIF & MIF - Ecopower berkolaborasi dengan Solve Education menciptakan sebuah program inkubasi untuk menumbuhkan ide-ide bisnis berkelanjutan bersama teman-teman disabilitas di Bandung & Lombok <i>SIF & MIF – Ecopower has teamed up with Solve Education to create an incubation programme aimed at fostering sustainable business ideas alongside people with disabilities in Bandung and Lombok</i>	25	12.442
6	MIF - Unity in Motion berkolaborasi dengan ASAF untuk membuat suatu program inklusif berbasis olahraga dan keterampilan bersama anak-anak dan guru di Sekolah Luar Biasa (SLB) <i>MIF - Unity in Motion is collaborating with ASAF to run an inclusive programme focusing on sport and skills development with children and teachers at the Special Needs School (SLB)</i>	2	100
7	Literasi Keuangan yang dilakukan oleh departemen lain <i>Financial literacy initiatives carried out by other departments</i>	319	2.131.295
8	Fun Science sepanjang 2025 <i>Fun Science throughout 2025</i>	7	152
9	Fun English sepanjang 2025 <i>Fun English throughout 2025</i>	69	4.434

Pilar Kesehatan

Kegiatan TJSL pilar kesehatan bertujuan untuk meningkatkan kesehatan masyarakat. Kami membantu masyarakat dengan mengadakan donor darah dan program kesehatan bagi kelompok masyarakat yang rentan terhadap risiko kesehatan seperti Lansia, Ibu Hamil, dan Balita.

Health Pillar

The TJSL health pillar initiatives aim to improve public health. We support the community by organising blood donation drives and health programmes for groups at risk of health issues, such as the elderly, pregnant women and young children.

No	Kegiatan Activity	Jumlah Kegiatan Number of Activities	Penerima Manfaat Beneficiaries
1	Donor Darah sepanjang 2025 <i>Blood Donation throughout 2025</i>	8	890
2	Program Kesehatan bagi Lansia, Ibu Hamil dan Balita (PELITA) sepanjang 2025 <i>The Health Programme for the Elderly, Pregnant Women and Young Children (PELITA) for the period up to 2025</i>	63	3.762
3	Program Yoga bersama Komunitas Disabilitas sepanjang 2025 <i>Yoga Programme with the Disability Community throughout 2025</i>	6	180
4	Program Perilaku Hidup Bersih dan Sehat (PHBS) bersama anak-anak di RPTRA sepanjang 2025 <i>The Clean and Healthy Living Behaviour Programme (PHBS) with children at RPTRA throughout 2025</i>	6	323
5	Program Panti Rawat Gizi di kepulauan Kei, Maluku sepanjang 2025 <i>Nutritional Care Centre Programme in the Kei Islands, Maluku, for the year 2025</i>	5	3.782

Pilar Pemberdayaan Ekonomi

Kegiatan TJSL pilar pemberdayaan ekonomi bertujuan untuk meningkatkan kemandirian dan kesejahteraan masyarakat. Kami melaksanakan program pemberdayaan perempuan dan pemuda agar mereka mampu meningkatkan kesejahteraan mereka dan komunitasnya secara mandiri.

Economic Empowerment Pillar

The TJSL activities under the economic empowerment pillar aim to enhance the independence and well-being of the community. We run empowerment programmes for women and young people to enable them to improve their own well-being and that of their communities independently.

No	Kegiatan Activity	Jumlah Kegiatan Number of Activities	Penerima Manfaat Beneficiaries
1	Economic Empowerment for Entrepreneurs and Disabilities (EMPOWERED) sepanjang 2025	15	599

Pilar Lingkungan dan Penanganan Bencana

Kegiatan TJSL pilar lingkungan dan penanganan bencana bertujuan untuk mengurangi dampak lingkungan hidup. Kami berfokus pada pengelolaan limbah dan penanaman pohon mangrove.

The Environment and Disaster Management Pillar

Our TJSL activities in the areas of environmental protection and disaster management aim to minimise environmental impact. We focus on waste management and mangrove planting.

No	Kegiatan Activity	Jumlah Kegiatan Number of Activities	Penerima Manfaat Beneficiaries
1	Program Sort and Recycle berkolaborasi dengan Rekosistem untuk meningkatkan kesadaran untuk memilah dan mendaur ulang sampah anorganik. <i>Dropbox</i> dan recycle box (Rebox) ditempatkan di beberapa titik strategis di Jakarta dan Tangerang. <i>The Sort and Recycle programme is collaborating with Rekosistem to raise awareness of the importance of sorting and recycling inorganic waste. Drop-off points and recycling bins (Rebox) have been placed at several strategic locations in Jakarta and Tangerang.</i>	15	203
2	Program Allianz Waste Management Goes to School dengan DUITIN Mendorong perilaku ramah lingkungan melalui edukasi, pengelolaan sampah berkelanjutan di sekolah, dan partisipasi masyarakat dalam daur ulang dengan melibatkan siswa sebagai Waste Rangers serta menginisiasi proyek inovatif pengurangan sampah. <i>The Allianz Waste Management Goes to School programme, in partnership with DUITIN, promotes environmentally friendly behaviour through education, sustainable waste management in schools, and community participation in recycling by engaging pupils as Waste Rangers and launching innovative waste reduction projects.</i>	12	1.039
3	Pelatihan Eco Enzyme yang menghasilkan produk pembersih berbahan dasar eco enzym yang ramah lingkungan untuk publik sepanjang 2024 <i>Eco-Enzyme training courses producing eco-enzyme-based, environmentally friendly cleaning products for the public throughout 2024</i>	13	257
4	Pengembangan kompetensi komunitas di area penanaman pohon mangrove di Tanjung Pakis, Karawang <i>Community capacity building in the mangrove planting area at Tanjung Pakis, Karawang</i>	1	270
5	Edukasi mitigasi banjir di area rawan banjir bersama anak-anak di RPTRA sepanjang 2025. <i>Flood mitigation education in flood-prone areas with children at RPTRA throughout 2025</i>	3	152

Pelibatan dan Pengembangan Komunitas Lokal [GRI 413-1]

Proses Assessment dan Perencanaan

Sebelum merancang dan melaksanakan program pengembangan komunitas, Perusahaan melakukan proses identifikasi dan penilaian terhadap dampak aktual maupun potensial dari kegiatan operasional terhadap komunitas lokal. Proses *assessment* ini dilakukan melalui kajian internal dan pelibatan pemangku kepentingan terkait untuk memahami kebutuhan, tantangan, serta peluang pengembangan di tingkat komunitas.

Temuan dari proses *assessment* tersebut selanjutnya dipetakan dan diselaraskan dengan kerangka program Perusahaan yang berfokus pada empat pilar pengembangan komunitas, yaitu pendidikan, kesehatan, pemberdayaan ekonomi, serta lingkungan dan penanggulangan bencana. Hasil pemetaan ini menjadi dasar dalam perancangan program tahunan agar inisiatif yang dijalankan relevan, terarah, dan memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi komunitas lokal.

Local Community Engagement and Development [GRI 413-1]

Assessment and Planning Process

Before designing and implementing community development programs, the Company conducts an identification and assessment process to evaluate both actual and potential impacts of its operational activities on local communities. This assessment is carried out through internal reviews and engagement with relevant stakeholders to understand community needs, challenges, and development opportunities at the local level.

The findings from this assessment are then mapped and aligned with the Company's program framework, which focuses on four community development pillars: education, health, economic empowerment, and the environment and disaster management. The results of this mapping form the basis for the design of annual programs to ensure that the initiatives implemented are relevant, well-targeted, and deliver sustainable benefits to local communities.

Pelibatan Komunitas Lokal

Perusahaan berkomitmen untuk memahami kebutuhan dan ekspektasi komunitas lokal sebelum, selama, dan setelah pelaksanaan program. Mekanisme pelibatan komunitas yang diterapkan antara lain koordinasi dengan tokoh masyarakat setempat, survei, serta melalui kemitraan dengan LSM lokal. Perusahaan juga melakukan penilaian awal dan pengukuran dampak program.

Dampak Aktual dan Potensial yang Diidentifikasi

Melalui proses *assessment* dan pelibatan komunitas, Perusahaan mengidentifikasi sejumlah dampak positif aktual dari program pengembangan komunitas. Sepanjang tahun 2025, program literasi keuangan telah menjangkau 2.155.012 peserta. Peningkatan pengetahuan juga tercatat baik melalui metode tatap muka maupun digital, di mana program literasi keuangan remaja secara tatap muka menunjukkan peningkatan sebesar 10%, sementara program berbasis *e-learning* mencatat peningkatan pengetahuan yang lebih signifikan, yaitu sebesar 86%.

Di bidang Kesehatan, melalui program PELITA, sebanyak 1.193 balita memperoleh Pemberian Makanan Tambahan (PMT) bergizi selama periode tiga bulan, yang berkontribusi pada peningkatan status gizi anak. Di bidang Lingkungan, Perusahaan turut berkontribusi pada pemulihan ekosistem pesisir melalui 11.291 mangrove, serta peningkatan kapasitas pengelolaan limbah bagi 1.499 penerima manfaat melalui program edukasi lingkungan. Selain itu, program edukasi pengembangan ekowisata di Tanjung Pakis juga menunjukkan peningkatan pengetahuan peserta sebesar 3%, dengan tingkat kehadiran yang mencapai 100% selama periode empat bulan pelaksanaan.

Di sisi potensi dampak negatif, Perusahaan mengidentifikasi bahwa program berbasis digital belum sepenuhnya menjangkau komunitas di daerah terpencil dengan keterbatasan akses internet. Sebagai respons, Perusahaan memperkuat pelaksanaan program dalam format tatap muka guna menjangkau komunitas tersebut secara lebih inklusif. [GRI 413-1]

Local Community Engagement

The Company is committed to understanding the needs and expectations of local communities before, during, and after program implementation. Community engagement mechanisms include coordination with local community leaders, surveys, and partnerships with local NGOs. The Company also conducts baseline assessments and measures the impacts of its programs.

Identified Actual and Potential Impacts

Through the assessment process and community engagement, the Company has identified several actual positive impacts from its community development programs. Throughout 2025, financial literacy programs reached 2,155,012 participants. Knowledge improvement was recorded through both face-to-face and digital methods, with in-person youth financial literacy programs showing a 10% increase in knowledge, while e-learning-based programs recorded a more significant knowledge increase of 86%.

In the health sector, through the PELITA program, a total of 1,193 toddlers received nutritious supplementary food (PMT) over a three-month period, contributing to improved child nutritional status. In the environmental sector, the Company contributed to coastal ecosystem restoration through the planting of 11,291 mangroves, as well as improving waste management capacity for 1,499 beneficiaries through environmental education programs. In addition, an ecotourism development education program in Tanjung Pakis showed a 3% increase in participant knowledge, with an attendance rate reaching 100% over the four-month implementation period.

On the potential negative impact side, the Company identified that digital-based programs have not yet fully reached communities in remote areas with limited internet access. In response, the Company has strengthened the implementation of face-to-face program formats to reach these communities in a more inclusive manner. [GRI 413-1]

Melindungi Masa Depan

Securing the Future

Allianz Life telah menanamkan filosofi "We Secure Your Future" dalam setiap aspek operasional Perusahaan. Komitmen ini mendorong Perusahaan untuk terus memperluas jangkauan perlindungan bagi nasabah dan komunitas yang dilayaninya.

Pendekatan Kami

Allianz Life menempatkan nasabah sebagai pusat dari seluruh keputusan bisnis. Pemahaman mendalam terhadap kebutuhan nasabah menjadi landasan dalam menghadirkan produk dan layanan yang relevan, personal, dan berkualitas tinggi, memastikan setiap nasabah merasa terlindungi dan dihargai. [\[GRI 3-3\]](#)

Layanan yang Setara

Allianz Life memastikan setiap nasabah mendapatkan pengalaman layanan yang setara dan inklusif. Ruang layanan nasabah dirancang dengan konsep terbuka dan modern, dilengkapi fasilitas yang ramah bagi penyandang disabilitas antara lain meliputi area parkir khusus, ramp atau lift, kursi roda, ruang tunggu, serta meja layanan yang mudah dijangkau. Komitmen inklusivitas juga tercermin dalam pengembangan produk. Informasi seluruh produk asuransi Allianz Life dapat diakses secara terbuka oleh masyarakat melalui situs web resmi Perusahaan. [\[OJK F.17\]](#)

Kepastian Keamanan Produk dan Kerahasiaan Data

[\[OJK F.27\]](#) [\[GRI 416-1, 416-2, 418-1\]](#)

Seluruh produk asuransi Allianz Life dipastikan telah melalui serangkaian proses pemenuhan regulasi di bawah pengawasan Otoritas Jasa Keuangan (OJK), sehingga setiap produk yang sampai kepada nasabah telah memenuhi ketentuan hukum yang berlaku.

Dalam hal perlindungan data, Perusahaan menerapkan sistem keamanan berlapis, mulai dari pengendalian akses pada sistem informasi hingga proses pengiriman polis kepada nasabah. Komitmen ini selaras dengan POJK Nomor 22 Tahun 2023 tentang Pelindungan Konsumen dan Masyarakat di Sektor Jasa Keuangan, serta Undang-Undang Pelindungan Data Pribadi (UU PDP).

Allianz Life has embedded the philosophy "We Secure Your Future" into every aspect of the Company's operations. This commitment drives the Company to continuously expand the scope of protection for its customers and the communities it serves.

Our Approach

Allianz Life places customers at the center of all business decisions. A deep understanding of customer needs serves as the foundation for delivering relevant, personalized, and high-quality products and services, ensuring every customer feels protected and valued. [\[GRI 3-3\]](#)

Equal Service

Allianz Life ensures every customer receives an equitable and inclusive service experience. Customer service areas are designed with an open and modern concept, equipped with disability-friendly facilities, including dedicated parking spaces, ramps or elevators, wheelchairs, waiting areas, and easily accessible service counters. This commitment to inclusivity is also reflected in product development. Information on all Allianz Life insurance products is openly accessible to the public through the Company's official website. [\[OJK F.17\]](#)

Product Security and Data Confidentiality

[\[OJK F.27\]](#) [\[GRI 416-1, 416-2, 418-1\]](#)

All Allianz Life insurance products have undergone a series of regulatory compliance processes under the supervision of the Financial Services Authority (OJK), ensuring that every product delivered to customers meets applicable legal requirements.

Regarding data protection, the Company implements a multi-layered security system, ranging from access controls on information systems to the process of delivering policies to customers. This commitment aligns with OJK Regulation No. 22 of 2023 on Consumer and Public Protection in the Financial Services Sector, as well as the Personal Data Protection Act (PDP Act).

Sebagai bukti penerapan standar keamanan informasi yang terstruktur, Allianz Life telah memperoleh sertifikasi internasional ISO 27001:2022 dan ISO 27701. Sertifikasi ini memastikan seluruh proses pengelolaan data pribadi nasabah, agen, dan karyawan dari pengumpulan, penyimpanan, hingga pemrosesan, dijalankan sesuai standar global.

Perusahaan juga aktif membangun literasi keamanan digital di lingkungan internal melalui berbagai program edukatif, termasuk *talkshow* dan pelatihan, guna membekali karyawan dengan pemahaman yang memadai mengenai risiko kebocoran data dan langkah antisipasinya. Sepanjang tahun 2025, Perusahaan tidak menerima pengaduan kebocoran data nasabah maupun pelanggaran privasi lainnya, baik yang disampaikan langsung melalui mekanisme pengaduan Perusahaan, maupun melalui OJK dan lembaga lainnya.

Dampak Produk dan Jasa [OJK F.28]

Perusahaan menetapkan standar informasi yang wajib dipenuhi dalam setiap produk dan layanan yang ditawarkan kepada nasabah. Setiap polis asuransi yang diterbitkan memuat informasi yang lengkap, transparan, dan mudah dipahami, mencakup:

1. Manfaat produk
Uraian lengkap manfaat pokok dan manfaat tambahan (*rider*)
2. Pengecualian (*exclusions*)
Kondisi atau kejadian yang tidak ditanggung polis
3. Premi dan biaya
Rincian premi, biaya akuisisi, dan biaya administrasi
4. Masa tunggu
Periode tunggu sebelum manfaat dapat diklaim
5. Prosedur klaim
Tata cara pengajuan dan dokumen yang diperlukan
6. Hak nasabah
Termasuk hak pembatalan polis (*free look period*)
7. Saluran pengaduan
Kontak layanan pelanggan dan mekanisme penanganan keluhan

Seluruh informasi tersebut disampaikan kepada nasabah sebelum dan pada saat penandatanganan polis, baik melalui agen maupun kanal distribusi lainnya, sesuai ketentuan OJK yang berlaku. [GRI 417-1]

As evidence of the implementation of structured information security standards, Allianz Life has obtained the international certifications ISO 27001:2022 and ISO 27701. These certifications ensure that all processes for managing the personal data of customers, agents, and employees—from collection and storage to processing—are conducted in accordance with global standards.

The Company is also actively building digital security literacy within its internal environment through various educational programs, including talk shows and training sessions, to equip employees with a sufficient understanding of data breach risks and preventive measures. Throughout 2025, the Company received no complaints regarding customer data breaches or other privacy violations, whether submitted directly through the Company's complaint mechanism or via the OJK and other institutions.

Impact of Products and Services [OJK F.28]

The Company establishes mandatory information standards that must be fulfilled in every product and service offered to customers. Each insurance policy issued contains complete, transparent, and easily understood information, including:

1. Product benefits
A comprehensive description of basic benefits and additional benefits (riders)
2. Exclusions
Conditions or events that are not covered by the policy
3. Premiums and fees
Details of premiums, acquisition costs, and administrative fees
4. Waiting period
The waiting period before benefits may be claimed
5. Claims procedures
The procedures for submitting claims and the required documentation
6. Customer rights
Including the right to cancel the policy (free look period)
7. Complaint channels
Customer service contact details and complaint handling mechanisms

All of this information is provided to customers prior to and at the time of policy signing, either through agents or other distribution channels, in accordance with applicable OJK regulations. [GRI 417-1]

Ketidakpatuhan terkait Informasi Produk dan Jasa

Sepanjang tahun 2025, tidak terdapat insiden ketidakpatuhan yang terkonfirmasi terkait persyaratan informasi produk dan jasa, baik yang mengakibatkan sanksi regulasi, denda, maupun peringatan resmi dari otoritas yang berwenang. Tidak ada produk atau layanan yang dihentikan akibat pelanggaran ketentuan informasi yang berlaku. [GRI 417-2]

Ketidakpatuhan terkait Komunikasi Pemasaran

Dalam komunikasi pemasaran, Perusahaan berkomitmen menyampaikan informasi produk secara akurat dan proporsional, menghindari klaim yang berlebihan atau berpotensi disalahtafsirkan. Seluruh materi pemasaran di setiap kanal komunikasi memperhatikan prinsip hak asasi manusia, menghormati keberagaman, dan tidak mendiskreditkan produk atau layanan perusahaan asuransi lain.

Sepanjang tahun 2025, tidak terdapat insiden ketidakpatuhan terkait komunikasi pemasaran yang mengakibatkan sanksi regulasi, denda, maupun teguran resmi. Tidak ada materi pemasaran yang ditarik atau dihentikan akibat ketidaksesuaian dengan ketentuan hukum maupun norma yang berlaku di masyarakat. [OJK F.29] [GRI 417-3]

Survei Kepuasan Nasabah

Allianz Life secara konsisten memantau kualitas layanan di lima titik interaksi utama, mulai dari proses penjualan, penyelesaian masalah, pembaruan atau penghentian polis, komunikasi keluar hingga klaim, untuk menjaga kepercayaan nasabah. Hasil survei sepanjang tahun 2025 menunjukkan tingkat kepuasan yang positif, yakni mencapai skor 4,4 dari skala 5,0.

Capaian Net Promoter Score (NPS)

Keberhasilan ini selaras dengan pencapaian Allianz Life sebagai *Loyalty Leader* selama enam tahun berturut-turut. Berdasarkan hasil survei NPS tersebut, kategori "Harga" menjadi kekuatan utama perusahaan dalam membangun loyalitas, sementara kategori "Produk" menjadi fokus utama untuk pengembangan ke depan.

Non-Compliance Related to Product and Service Information

Throughout 2025, there were no confirmed incidents of non-compliance related to product and service information requirements, whether resulting in regulatory sanctions, fines, or official warnings from the relevant authorities. No products or services were discontinued due to violations of applicable information requirements. [GRI 417-2]

Non-Compliance Related to Marketing Communications

In marketing communications, the Company is committed to delivering product information accurately and proportionately, avoiding exaggerated claims or statements that may be misinterpreted. All marketing materials across communication channels adhere to human rights principles, respect diversity, and do not discredit the products or services of other insurance companies.

Throughout 2025, there were no incidents of non-compliance related to marketing communications that resulted in regulatory sanctions, fines, or official reprimands. No marketing materials were withdrawn or discontinued due to non-compliance with applicable legal provisions or prevailing societal norms. [OJK F.29] [GRI 417-3]

Customer Satisfaction Survey

Allianz Life consistently monitors service quality across five key interaction touchpoints—ranging from the sales process, problem resolution, policy renewal or termination, and outbound communication to claims—to maintain customer trust. Survey results throughout 2025 demonstrated a positive satisfaction level, achieving a score of 4.4 out of 5.0.

Net Promoter Score (NPS) Achievement

This success is aligned with Allianz Life's achievement as a *Loyalty Leader* for six consecutive years. Based on the NPS survey results, the "Price" category remains the Company's primary strength in building loyalty, while the "Product" category has been identified as the key focus for future development.

Kriteria Pengumpulan dan Penghitungan Data

Criteria for Data Collection and Calculation

Perjalanan Bisnis

Perjalanan Bisnis Udara Jarak Pendek Perjalanan bisnis udara jarak pendek adalah jarak perjalanan bisnis menggunakan pesawat yang titik keberangkatan dan tujuannya kurang dari 500 kilometer. Data jarak dari perjalanan bisnis udara jarak pendek dikumpulkan berdasarkan estimasi jarak perjalanan dari tiket pesawat yang dibeli selama tahun berjalan yang diukur dalam kilometer.

Perjalanan Bisnis Udara Jarak Jauh Perjalanan bisnis udara jarak jauh adalah jarak perjalanan bisnis menggunakan pesawat yang titik keberangkatan dan tujuannya lebih dari 500 kilometer. Data jarak dari perjalanan bisnis udara jarak jauh dikumpulkan berdasarkan estimasi jarak perjalanan dari tiket pesawat yang dibeli selama tahun berjalan yang diukur dalam kilometer.

Perjalanan Bisnis Menggunakan Kereta Perjalanan bisnis menggunakan kereta adalah jarak perjalanan bisnis yang dilakukan melalui layanan kereta api, baik yang dikelola oleh pemerintah maupun swasta, yang melintasi lebih dari satu wilayah perkotaan. Data jarak dari perjalanan bisnis kereta dikumpulkan berdasarkan estimasi jarak perjalanan dari tiket kereta yang dibeli selama tahun berjalan yang diukur dalam kilometer.

Perjalanan Bisnis Menggunakan Mobil Perjalanan bisnis menggunakan mobil adalah jarak perjalanan bisnis yang berasal dari mobil yang dimiliki perusahaan selama lebih dari 12 bulan, mobil yang disewa oleh perusahaan selama kurang dari 12 bulan, dan mobil pribadi milik karyawan tertentu yang didedikasikan untuk tujuan bisnis. Data jarak dari perjalanan bisnis menggunakan mobil dikumpulkan berdasarkan catatan pembacaan odometer mobil.

Konsumsi Energi

Konsumsi energi adalah total penggunaan listrik dari bangunan fisik dimana Perusahaan beroperasi dan tempat kerja jarak jauh yang ditempati selama tahun berjalan yang diukur dalam kilowatt/hour (kWh). Data konsumsi energi untuk bangunan fisik dikumpulkan dari tagihan utilitas selama tahun pelaporan dan estimasi internal yang digunakan untuk mengalokasikan porsi total konsumsi listrik. Data konsumsi energi untuk tempat kerja jarak jauh diperoleh dari penggunaan listrik per karyawan yang diperoleh berdasarkan asumsi intensitas energi, jumlah karyawan, rata-rata luas area kerja jarak jauh, dan total hari kerja. Intensitas energi yang diasumsikan diperoleh dari rata-rata tertimbang intensitas energi sektor residensial di negara-negara Eropa dan Amerika, berdasarkan data yang dipublikasikan oleh International Energy Agency (IEA), yang mencerminkan distribusi geografis tenaga kerja jarak jauh Perusahaan.

Business Travel

Short-haul Air Business Travel Short-haul air business travel is the travel distance of business trips using airplanes where the departure and destination points are less than 500 kilometers apart. The distance data for short-haul air business travel is collected based on the estimated travel distance from the flight tickets purchased during the year, measured in kilometers.

Long-haul Air Business Travel Long-haul air business travel is the travel distance of business trips using airplanes where the departure and destination points are more than 500 kilometers apart. The distance data for long-haul air business travel is collected based on the estimated travel distance from the flight tickets purchased during the year, measured in kilometers.

Business Travel by Train Business travel by train is the travel distance for business trips via train services, whether operated by the Government or private entities, that cross more than one urban area. The distance data for train business travel is collected based on the estimated travel distance from the train tickets purchased during the year, measured in kilometers.

Business Travel by Car Business travel by car refers to the travel distance for business trips using cars owned by the company for more than 12 months, cars rented by the company for less than 12 months, and personal cars owned by certain employees that are dedicated for business purposes. The distance data for business travel by car is collected based on the reading of the car's odometer.

Energy Consumption

Energy consumption refers to the total use of electricity from physical buildings where the Company operates and remote workplaces occupied during the year, measured in kilowatt-hours (kWh). Energy consumption data for physical buildings is collected from utility bills during the reporting year and internal estimates used to allocate the portion of total electricity consumption. Energy consumption data for remote working is obtained from electricity consumption per employee, which is based on assumed energy intensity, number of employees, average size of remote work areas, and total working days. The assumed energy intensity is derived from a weighted-average of residential energy intensity across European and American countries, based on data published by the International Energy Agency (IEA), reflecting the geographic distribution of the Company's remote workforce.

Informasi Keberlanjutan Terpilih yang Diberikan Assurance secara Independen

Selected Sustainability Information Independently Assured

Kami menugaskan KAP Rintis, Jumadi, Rianto & Rekan (anggota jaringan global PricewaterhouseCoopers) untuk menjalankan Perikatan Keyakinan Terbatas (*limited assurance*) sehubungan dengan informasi keberlanjutan terpilih sebagai berikut:

We have appointed KAP Rintis, Jumadi, Rianto & Rekan (a member of the PricewaterhouseCoopers network of firms) to undertake a limited assurance engagement for the following selected sustainability information:

Informasi Keberlanjutan <i>Sustainability Information</i>	Satuan <i>Unit</i>	2025
Perjalanan Udara (Jarak Pendek) <i>Air Travel (Short Haul)</i>	Km <i>Km</i>	72.416,38
Perjalanan Udara (Jarak Jauh) <i>Air Travel (Long Haul)</i>	Km <i>Km</i>	1.881.783,26
Perjalanan Kereta <i>Train Travel</i>	Km <i>Km</i>	78.120,91
Mobil Operasional Kantor Pusat <i>Head Office Operational Car</i>	Km <i>Km</i>	136.790,00
Konsumsi Energi <i>Energy Consumption</i>	kWh <i>kWh</i>	909.678,87



Report No. N20260529038/DC2/HSA/2026

Independent practitioner's limited assurance report on the identified sustainability information in PT Asuransi Allianz Life Indonesia's sustainability report

**To the Board of Directors of
PT Asuransi Allianz Life Indonesia**

Limited assurance conclusion

We have conducted a limited assurance engagement on the selected sustainability information of PT Asuransi Allianz Life Indonesia (the "Company") listed below and included in the section "Selected Sustainability Information Independently Assured" of the Company's Sustainability Report as at 31 December 2025 and for the year then ended (the "2025 Sustainability Report").

Identified sustainability information

The Identified Sustainability Information for the year ended 31 December 2025 is summarised below:

Sustainability information	Units
Air Travel (Short Haul)	km
Air Travel (Long Haul)	km
Train Travel	km
Operational Car	km
Energy Consumption	kWh

Our assurance was with respect to the year ended 31 December 2025 information only and we have not performed any procedures with respect to earlier periods or any other elements included in the 2025 Sustainability Report and, therefore, do not express any conclusion thereon.

Criteria

The criteria used by the Company to prepare the Identified Sustainability Information is set out in section "Criteria for Data Collection and Calculation" of the 2025 Sustainability Report (the "Criteria").

Based on the procedures we have performed and the evidence we have obtained, nothing has come to our attention that causes us to believe that Company's Identified Sustainability Information for the year ended 31 December 2025 is not prepared in all material respects, in accordance with the Criteria.

Kantor Akuntan Publik Rintis, Jumadi, Rianto & Rekan

WTC 3, Jl. Jend. Sudirman Kav. 29-31, Jakarta 12920 – Indonesia
T: +62 (21) 5099 2901/3119 2901
F: +62 (21) 5290 5555/5290 5050

Nomor Izin Usaha: KEP-315/KM 1/2024.



Basis for conclusion

We conducted our limited assurance engagement in accordance with International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3000 (Revised), Assurance engagements other than audits or reviews of historical financial information ("ISAE 3000 (Revised)"), issued by the International Auditing and Assurance Standards Board.

We believe that the evidence we have obtained is sufficient and appropriate to provide a basis for our conclusion. Our responsibilities under this standard are further described in the Practitioner's responsibilities section of our report.

Our independence and quality management

We have complied with the independence and other ethical requirements of the International Code of Ethics for Professional Accountants (including International Independence Standards) issued by the International Ethics Standards Board for Accountants (IESBA Code), which is founded on fundamental principles of integrity, objectivity, professional competence and due care, confidentiality and professional behaviour.

The firm applies International Standard on Quality Management 1, which requires the firm to design, implement and operate a system of quality management including policies or procedures regarding compliance with ethical requirements, professional standards and applicable legal and regulatory requirements.

Responsibilities for the identified sustainability information

Management of the Company is responsible for :

- the preparation of the Identified Sustainability Information in accordance with the Criteria;
- designing, implementing and maintaining such internal control as the Company determines is necessary to enable the preparation of the Identified Sustainability Information, in accordance with the Criteria, that is free from material misstatement, whether due to fraud or error; and
- the selection and application of appropriate sustainability reporting methods and making assumptions and estimates that are reasonable in the circumstances.

Those charged with governance are responsible for overseeing the Company's sustainability reporting process.

Inherent limitations in preparing the identified sustainability information

The absence of a significant body of established practice on which to draw to evaluate and measure non-financial information allows for different, but acceptable, measures and measurement techniques and can affect comparability between entities.



Non-financial performance information is subject to more inherent limitations than financial information, given the characteristics of the underlying subject matter and the methods used for determining such information. The precision of different measurement techniques may also vary.

Practitioner's responsibilities

Our responsibility is to plan and perform the assurance engagement to obtain limited assurance about whether the Identified Sustainability Information is free from material misstatement, whether due to fraud or error, and to issue a limited assurance report that includes our conclusion. Misstatements can arise from fraud or error and are considered material if, individually or in the aggregate, they could reasonably be expected to influence decisions of users taken on the basis of Sustainability Information.

As part of a limited assurance engagement in accordance with ISAE 3000 (Revised) we exercise professional judgement and maintain professional scepticism throughout the engagement. We also:

- determine the suitability in the circumstances of the Company's use of the Criteria as the basis for the preparation of the Identified Sustainability Information
- perform risk assessment procedures, including obtaining an understanding of internal control relevant to the engagement, to identify where material misstatements are likely to arise, whether due to fraud or error, but not for the purpose of providing a conclusion on the effectiveness of the Company's internal control.
- design and perform procedures responsive to where material misstatements are likely to arise in the Identified Sustainability Information. The risk of not detecting a material misstatement resulting from fraud is higher than for one resulting from error, as fraud may involve collusion, forgery, intentional omissions, misrepresentations, or the override of internal control.

Summary of the work performed

A limited assurance engagement involves performing procedures to obtain evidence about the Identified Sustainability Information. The procedures in a limited assurance engagement vary in nature and timing from, and are less in extent than for, a reasonable assurance engagement. Consequently, the level of assurance obtained in a limited assurance engagement is substantially lower than the assurance that would have been obtained had a reasonable assurance engagement been performed.

The nature, timing and extent of procedures selected depend on professional judgement, including the identification of where material misstatements are likely to arise in the Identified Sustainability Information, whether due to fraud or error.



In conducting our limited assurance engagement, we:

- Obtained an understanding of the Company's reporting processes relevant to the preparation of its Identified Sustainability Information by:
 - Making inquiries of the persons responsible for the sustainability report;
 - Inspecting relevant documentation relating to the Company's reporting processes.
- Evaluated whether all information identified by the process to identify the information reported in the Identified Sustainability Information is included in the Identified Sustainability Information.
- Performed inquiries of relevant personnel and analytical procedures on selected information in the Identified Sustainability Information.
- Performed substantive assurance procedures on selected information in the Identified Sustainability Information.
- Evaluated the methods assumption and data for developing estimates.
- Considered the disclosure and presentation of the Identified Sustainability Information.

Restriction on distribution and use

Our report has been prepared for and only for the Board of Directors of PT Asuransi Allianz Life Indonesia and for no other purpose. We do not assume responsibility towards or accept liability to any other person for the content of this report.

Jakarta,
29 May 2026



Hendra Setiadi, CPA

Public Accountant License No. AP.2087

Daftar Indeks POJK 51/POJK.03/2017

Index of POJK 51/POJK.03/2017

No Indeks Index No.	Nama Indeks Index Name	Halaman Page
Strategi Keberlanjutan <i>Sustainability Strategy</i>		
A.1	Penjelasan Strategi Keberlanjutan <i>Explanation Sustainability Strategy</i>	146
Ikhtisar Kinerja Keberlanjutan <i>Sustainability Performance Highlights</i>		
B.1	Ikhtisar Kinerja Ekonomi <i>Economic Performance Highlights</i>	151
B.2	Ikhtisar Kinerja Lingkungan Hidup <i>Environmental Performance Highlights</i>	151
B.3	Ikhtisar Kinerja Sosial <i>Social Performance Highlights</i>	151
Profil Perusahaan <i>Company Profile</i>		
C.1	Visi, Misi, dan Nilai Keberlanjutan <i>Vision, Mission, and Value of Sustainability</i>	145
C.2	Alamat Perusahaan <i>Company's Address</i>	46
C.3	Skala Perusahaan <i>Scale Enterprises</i>	46, 61-62, 64, 66
C.4	Produk, Layanan, dan Kegiatan Usaha yang Dijalankan <i>Products, services and business activities</i>	71-72
C.5	Keanggotaan Pada Asosiasi <i>Member of Association</i>	64
C.6	Perubahan Organisasi Bersifat Signifikan <i>Change of Significant Organization</i>	65
Penjelasan Direksi <i>Directors Statement</i>		
D.1	Penjelasan Direksi <i>Directors Statement</i>	38
Tata Kelola Keberlanjutan <i>Sustainability Governance</i>		
E.1	Penanggungjawab Penerapan Keuangan Berkelanjutan <i>Management of Sustainable Finance Implementation</i>	132
E.2	Pengembangan Kompetensi terkait Keuangan berkelanjutan <i>Competency Development related Sustainable Finance</i>	133
E.3	Penilaian Risiko atas Penerapan Keuangan Berkelanjutan <i>Risk Assessment for Sustainable Finance Implementation</i>	134
E.4	Hubungan dengan Pemangku Kepentingan <i>Stakeholder Engagement</i>	134
E.5	Permasalahan terhadap Penerapan Keuangan Berkelanjutan <i>Challenges of Sustainable Financial Implementation</i>	136
Kinerja Keberlanjutan <i>Sustainability Performance</i>		
F.1	Kegiatan Membangun Budaya Keberlanjutan <i>Building A Culture of Sustainability</i>	150

No Indeks Index No.	Nama Indeks Index Name	Halaman Page
Kinerja Ekonomi <i>Economic Performance</i>		
F.2	Perbandingan Target dan Kinerja Produksi, Portofolio, Target Pembiayaan, atau Investasi, Pendapatan dan Laba Rugi <i>Comparison of performance targets and production, portfolios, financial targets, or investment, revenue and profit and loss</i>	152
F.3	Perbandingan Target dan Kinerja Portofolio, Target Pembiayaan, atau Investasi Pada Instrumen Keuangan atau Proyek Yang Sejalan <i>Comparison of performance targets and production, portfolios, financial targets, or investment on Financial Instruments or projects in line with Sustainable Finance Implementation.</i>	154
Kinerja Lingkungan <i>Environmental Performance</i>		
Umum <i>General</i>		
F.4	Biaya Lingkungan Hidup <i>Environmental Costs</i>	156
Aspek Material <i>Material Aspects</i>		
F.5	Penggunaan Material yang Ramah Lingkungan <i>The Use of Environmentally Friendly Materials</i>	157
Aspek Energi <i>Energy Aspects</i>		
F.6	Jumlah dan Intensitas Energi yang Digunakan <i>The number and the intensity of energy use</i>	157
F.7	Upaya dan Pencapaian Efisiensi Energi dan Penggunaan Energi Terbarukan <i>The efforts and achievements made energy efficiency including the use of renewable energy sources</i>	157
Aspek Air <i>Water Aspects</i>		
F.8	Penggunaan Air <i>Water Consumption</i>	158
Aspek Keanekaragaman Hayati <i>Biodiversity Aspects</i>		
F.9	Dampak Dari Wilayah Operasional yang Dekat atau Berada di Daerah Konservasi atau Memiliki Keanekaragaman Hayati <i>The impact of operational areas near or in the area of conservation or biodiversity</i>	160
F.10	Usaha Konservasi Keanekaragaman Hayati <i>Biodiversity conservation efforts</i>	160
Aspek Emisi <i>Emission Aspects</i>		
F.11	Jumlah dan Intensitas Emisi yang Dihasilkan Berdasarkan Jenisnya <i>The number and intensity of emissions produced by type</i>	159
F.12	Upaya dan Pencapaian Pengurangan Emisi yang Dilakukan <i>The efforts and achievement of emission reductions undertaken</i>	159
Aspek Limbah dan Efluen <i>Aspect of Waste and Effluents</i>		
F.13	Jumlah Limbah dan Efluen yang Dihasilkan berdasarkan Jenis <i>The amount of waste and effluent generated by Type</i>	160
F.14	Mekanisme Pengelolaan Limbah dan Efluen <i>Waste and Effluent Management Mechanism</i>	160
F.15	Tumpahan yang Terjadi (Jika Ada) <i>Spill that Occurred (if any)</i>	160
Aspek Pengaduan terkait Lingkungan Hidup <i>Aspect of Environmental Complaints</i>		
F.16	Jumlah dan Materi Pengaduan Lingkungan Hidup yang Diterima dan Diselesaikan <i>The number and Material environmental Complaints Received and Resolved</i>	156, 160

No Indeks Index No.	Nama Indeks Index Name	Halaman Page
Kinerja Sosial <i>Social Performance</i>		
F.17	Komitmen LJK, Emiten, atau Perusahaan Publik untuk Memberikan Layanan atas Produk dan/atau Jasa yang Setara Kepada Konsumen <i>The Company's commitment to deliver products and/or services equivalent to the consumer.</i>	84, 176
Aspek Ketenagakerjaan <i>Employment Aspects</i>		
F.18	Kesetaraan Kesempatan Bekerja <i>Equality of employment Opportunities</i>	161
F.19	Tenaga Kerja Anak dan Tenaga Kerja Paksa <i>Child Labor and Forced Labor</i>	162-163
F.20	Upah Minimum Regional <i>The Minimum Wage</i>	163
F.21	Lingkungan Bekerja yang Layak dan Aman <i>Environmental work decent and safe</i>	164-167
F.22	Pelatihan dan Pengembangan Kemampuan Pegawai <i>Training and Competency Development for Employees</i>	168
Aspek Masyarakat <i>Community Aspects</i>		
F.23	Dampak Operasi terhadap Masyarakat Sekitar <i>Operational Impacts to Local Communities</i>	171
F.24	Pengaduan Masyarakat <i>Public complaints</i>	171
F.25	Kegiatan Tanggung Jawab Sosial Lingkungan (TJSL) <i>Environmental Social Responsibility Activities (TJSL)</i>	172
Tanggung Jawab Pengembangan Produk/Jasa Berkelanjutan <i>Responsibility on the development of Sustainable Finance products and/or services:</i>		
F.26	Inovasi dan Pengembangan Produk/Jasa Keuangan berkelanjutan <i>Innovation and development of Sustainable Finance Products and/or Services</i>	106-107
F.27	Produk/Jasa yang Sudah Dievaluasi Keamanannya bagi Pelanggan <i>Customer Safety</i>	123, 178
F.28	Dampak Produk/Jasa <i>Impact of Products/Services</i>	177
F.29	Jumlah Produk yang Ditarik Kembali <i>The number of products recalled</i>	178
F.30	Survei Kepuasan Pelanggan terhadap Produk dan/atau Jasa Keuangan Berkelanjutan <i>Survey of customer satisfaction</i>	107, 178
Lain-lain <i>Others</i>		
G.1	Verifikasi Tertulis dari Pihak Independen, Jika Ada <i>Written verification from independent parties (if any)</i>	180
G.2	Lembar Umpan Balik <i>Feedback Form</i>	190
G.3	Tanggapan terhadap Umpan Balik Laporan Keberlanjutan Tahun Sebelumnya <i>Response to Previous Year's Sustainability Report Feedback</i>	140
G.4	Daftar Pengungkapan sesuai POJK 51/2017 <i>List of Disclosures in Accordance with POJK 51/2017</i>	181

Indeks Konten GRI

GRI Content Indeks

Standar GRI GRI Standard	No Indeks Index	Halaman Page
GRI 2: Pengungkapan Umum <i>General Disclosures</i>	Organisasi dan Praktik Pelaporan <i>The Organization and Its Reporting Practises</i>	
	2-1	Informasi mengenai organisasi <i>Organizational details</i> 46
	2-2	Entitas organisasi yang termasuk dalam laporan keberlanjutan <i>Entities included in the organization's sustainability reporting</i> 140
	2-3	Periode pelaporan, frekuensi, dan titik kontak <i>Reporting period, frequency and contact point</i> 140
	2-4	Penyajian kembali informasi <i>Restatements of information</i> 141
	2-5	Assurance oleh pihak eksternal <i>External assurance</i> 141
	Aktivitas dan Pekerja <i>Activities and Workers</i>	
	2-6	Aktivitas, rantai nilai, dan hubungan bisnis lainnya <i>Activities, value chain and other business relationships</i> 71
	2-7	Karyawan <i>Employees</i> 62
	2-8	Pekerja yang bukan merupakan karyawan <i>Workers who are not employees</i> N/A
	Tata Kelola <i>Governance</i>	
	2-9	Struktur dan komposisi tata kelola <i>Governance structure and composition</i> 132
	2-10	Nominasi dan seleksi badan tata kelola tertinggi <i>Nomination and selection of the highest governance body</i> N/A
	2-11	Ketua badan tata kelola tertinggi <i>Chair of the highest governance body</i> 132
	2-12	Peran badan tata kelola tertinggi dalam mengawasi pengelolaan dampak <i>Role of the highest governance body in overseeing the management of impacts</i> 132
	2-13	Pendelegasian wewenang untuk tanggung jawab mengelola dampak <i>Delegation of responsibility for managing impacts</i> 132
	2-14	Peran badan tata kelola tertinggi dalam pelaporan keberlanjutan <i>Role of the highest governance body in sustainability reporting</i> 132
	2-15	Konflik kepentingan <i>Conflicts of interest</i> 130
	2-16	Mengkomunikasikan hal-hal kritis <i>Communication of critical concerns</i> 132
	2-17	Pengetahuan kolektif badan tata kelola tertinggi <i>Collective knowledge of the highest governance body</i> 133
	2-18	Mengevaluasi kinerja badan tata kelola tertinggi <i>Evaluation of the performance of the highest governance body</i> N/A
	2-19	Kebijakan remunerasi <i>Remuneration policies</i> N/A
	2-20	Proses untuk menentukan remunerasi <i>Process to determine remuneration</i> N/A
	2-21	Rasio kompensasi total tahunan <i>Annual total compensation ratio</i> N/A

Standar GRI GRI Standard	No Indeks Index		Halaman Page
Strategi, Kebijakan, dan Praktik <i>Strategy, Policies, and Practices</i>			
	2-22	Pernyataan mengenai strategi pembangunan berkelanjutan <i>Statement on sustainable development strategy</i>	38, 146
	2-23	Komitmen kebijakan <i>Policy commitments</i>	127, 147
	2-24	Menanamkan komitmen kebijakan dalam organisasi <i>Embedding policy commitments</i>	150
	2-25	Proses remediasi dampak negatif <i>Processes to remediate negative impacts</i>	171
	2-26	Mekanisme untuk saran dan masalah etika <i>Mechanisms for seeking advice and raising concerns</i>	129, 171
	2-27	Kepatuhan hukum dan peraturan <i>Compliance with laws and regulations</i>	127
	2-28	Keanggotaan asosiasi <i>Membership associations</i>	64
Keterlibatan Pemangku Kepentingan <i>Stakeholder Engagement</i>			
	2-29	Pendekatan untuk keterlibatan pemangku kepentingan <i>Approach to stakeholder engagement</i>	134
	2-30	Kesepakatan perundingan kolektif <i>Collective bargaining agreements</i>	161
Keterbukaan Topik Spesifik <i>Disclosure Of Specific Topics</i>			
Dampak Ekonomi <i>Economic Impacts</i>			
201 Kinerja Ekonomi <i>Economics Performance</i>			
GRI 3: Topik Material <i>Material topic</i>	3-3	Manajemen Topik Material <i>Managements of Material Topic</i>	153
GRI 201: Kinerja Ekonomi <i>Economic Performance</i>	201-1	Distribusi Perolehan Ekonomi <i>Economic Earnings Distribution</i>	153
	201-3	Kewajiban program pensiun manfaat pasti dan program pensiun lainnya <i>Defined benefit plan obligations and other retirement plan</i>	164
205 Anti Korupsi <i>Anti Corruptions</i>			
GRI 3: Topik Material <i>Material topic</i>	3-3	Manajemen Topik Material <i>Managements of Material Topic</i>	128
GRI 205 : Antikorupsi <i>Anti-Corruption</i>	205-1	Operasi-operasi yang dinilai memiliki risiko terkait korupsi <i>Operations assessed for risks related to corruption</i>	N/A
	205-2	Komunikasi dan pelatihan tentang kebijakan dan prosedur anti korupsi <i>Communication and training about anti-corruption policies and procedures</i>	131
	205-3	Insiden korupsi yang terbukti dan tindakan yang diambil <i>Confirmed incidents of corruption and actions taken</i>	128
Dampak Lingkungan <i>Environmental Impacts</i>			
301 Energi <i>Energy</i>			
GRI 3: Topik Material <i>Material topic</i>	3-3	Manajemen Topik Material <i>Managements of Material Topic</i>	157
GRI 302: Energi <i>Energy</i>	302-1	Konsumsi energi organisasi <i>Organizational energy consumption</i>	157
	302-3	Intensitas energi <i>Energy intensity</i>	157

Standar GRI GRI Standard	No Indeks Index		Halaman Page
305 Emisi <i>Emissions</i>			
GRI 3: Topik Material <i>Material topic</i>	3-3	Manajemen Topik Material <i>Managements of Material Topic</i>	158
GRI 305: Emisi <i>Emissions</i>	305-1	Emisi yang Dihasilkan Perusahaan (Scope 1) <i>Direct (Scope 1) GHG Emissions</i>	159
	305-2	Emisi dari energi tidak langsung (Scope 2) <i>Energy Indirect (Scope 2) GHG Emissions</i>	159
	305-3	Emisi dari energi tidak langsung (Scope 3) <i>Energy Indirect (Scope 3) GHG Emissions</i>	157
	305-4	Intensitas Emisi GRK <i>GHG Emission Intensity</i>	157-158
	305-5	Reduksi emisi GRK <i>GHG emissions reduction</i>	158 Indeks belum ada
Dampak Sosial <i>Social Impacts</i>			
401 Kepegawaian <i>Employment</i>			
GRI 3: Topik Material <i>Material topic</i>	3-3	Manajemen Topik Material <i>Managements of Material Topic</i>	161
GRI 401: Kepegawaian <i>Employment</i>	401-1	Perekrutan karyawan baru dan pergantian karyawan <i>New Employee Recruitment and Turnover</i>	161-162
	401-2	Tunjangan yang diberikan kepada karyawan purna waktu yang tidak diberikan kepada karyawan sementara atau paruh waktu <i>Benefits provided to full-time employees that are not provided to temporary or part time employees</i>	163
	401-3	Cuti Melahirkan <i>Paternal Leave</i>	164
403 Kesehatan & Keselamatan Kerja <i>Occupational Health & Safety</i>			
GRI 3: Topik Material <i>Material topic</i>	3-3	Manajemen Topik Material <i>Managements of Material Topic</i>	165
GRI 403: Kesehatan dan Keselamatan Kerja <i>Occupational Health and Safety</i>	403-1	Sistem manajemen K3 <i>OHS management system</i>	165
	403-2	Identifikasi kecelakaan kerja, penilaian risiko dan prosedur investigasi atas sebuah insiden <i>Work accident identification, risk assessment and incident investigation procedures</i>	165, 166
	403-3	Layanan Kesehatan Kerja <i>Occupational Health Services</i>	166-167
	403-4	Partisipasi, konsultasi, dan komunikasi pekerja tentang keselamatan dan kesehatan kerja <i>Worker participation, consultation and communication on occupational health and safety</i>	166-167
	403-5	Pelatihan bagi pekerja mengenai keselamatan dan kesehatan kerja <i>Worker training on occupational health and safety</i>	165
	403-6	Pemberian layanan kesehatan karyawan <i>Promotion of worker health</i>	167
	403-7	Pencegahan dan mitigasi dampak dari keselamatan dan kesehatan kerja yang secara langsung terkait hubungan bisnis <i>Prevention and mitigation of the impacts on occupational health and safety directly related to business relations</i>	167

Standar GRI GRI Standard	No Indeks Index		Halaman Page
	403-8	Karyawan yang diberikan perlindungan oleh sistem manajemen kesehatan dan keselamatan kerja <i>Workers covered by an occupational health and safety management system</i>	165
	403-9	Kecelakaan Kerja <i>Work-related injuries</i>	166
	403-10	Penyakit akibat Kerja <i>Work-related illnesses</i>	N/A
404 Pelatihan dan Pendidikan <i>Trainings and Education</i>			
GRI 3: Topik Material <i>Material topic</i>	3-3	Manajemen Topik Material <i>Managements of Material Topic</i>	168
GRI 404: Pelatihan dan Pendidikan <i>Training and Education</i>	404-1	Rerata jam pelatihan karyawan, menurut <i>gender</i> dan jenjang jabatan <i>Average employees training hours, based on gender and position level</i>	169
	404-2	Program peningkatan kompetensi karyawan, dan program prajabatan <i>Employee competence program, and preposition program</i>	168
405 Keberagaman dan Kesamaan Kesempatan <i>Diversity and Equal Opportunities</i>			
GRI 3: Topik Material <i>Material topic</i>	3-3	Manajemen Topik Material <i>Managements of Material Topic</i>	163
GRI 405 Keberagaman <i>Diversity</i>	405-2	Rasio gaji pokok dan remunerasi perempuan dibandingkan laki-laki <i>Ratio of basic salary and remuneration of women to men</i>	163
413 Masyarakat Lokal <i>Local Communities</i>			
GRI 3: Topik Material <i>Material topic</i>	3-3	Manajemen Topik Material <i>Managements of Material Topic</i>	172
GRI 413: Masyarakat Lokal <i>Local Communities</i>	413-1	Operasi dengan keterlibatan masyarakat lokal, penilaian dampak, dan Program Pengembangan Komunitas <i>Operational involving local communities, impacts evaluation, and Community Development Program</i>	172-175
417 Pemasaran dan Pelabelan <i>Marketing and Labelling</i>			
GRI 3: Topik Material <i>Material topic</i>	3-3	Manajemen Topik Material <i>Managements of Material Topic</i>	177
417: Pemasaran dan Pelabelan <i>Marketing and Labeling</i>	417-1	Persyaratan untuk pelabelan dan informasi produk dan jasa <i>Requirements for product and service information and labeling</i>	177
	417-2	Insiden ketidakpatuhan terkait informasi dan pelabelan produk dan jasa <i>Incidents of non-compliance concerning product and service information and labeling</i>	178
	417-3	Insiden ketidakpatuhan terkait komunikasi pemasaran <i>Incidents of non-compliance concerning marketing communications</i>	178
418 Privasi Pelanggan <i>Customer Privacy</i>			
GRI 3: Topik Material <i>Material topic</i>	3-3	Manajemen Topik Material <i>Managements of Material Topic</i>	176
418: Privasi Pelanggan <i>Customer Privacy</i>	418-1	Pengaduan yang berdasar mengenai pelanggaran terhadap privasi pelanggan dan hilangnya data pelanggan <i>Substantiated complaints concerning breaches of customer privacy and losses of customer data</i>	177

Lembar Umpan Balik

Feedback Form

Laporan Tahunan dan Keberlanjutan 2023 **PT Asuransi Allianz Life Indonesia** memberikan gambaran kinerja keuangan dan keberlanjutan. Kami mengharapkan kritik dan saran dari pemangku kepentingan terkait Laporan Tahunan dan Keberlanjutan ini dengan mengirim formulir ini melalui email atau pos.

The 2023 Annual and Sustainability Report of PT Asuransi Allianz Life Indonesia provides an overview of financial and sustainability performance. We are looking forward to receive any critics and suggestions from stakeholders about this Annual and Sustainability Report by sending this form by email or mail.

GOLONGAN PEMANGKU KEPENTINGAN

Stakeholder Group

- | | | | | |
|--|---|---|--|--|
| ☐ Pemegang Saham
Shareholders | ☐ Masyarakat
Community | ☐ Nasabah
Customers | ☐ Rekanan
Partners | ☐ Media Massa
Mass Media |
| ☐ Pegawai & Organisasi Pegawai
Employee & Employee Organizations | ☐ Pemerintah, Regulator, Legislatif Nasabah
Government, Regulator, Legislative Customer | | | |
| ☐ Lain-lain, mohon sebutkan
Other, please state | | | | |

Mohon pilih jawaban berikut yang paling sesuai dengan pertanyaan di bawah.

Please select the most suitable answer below.

- | | Ya/Yes | Tidak/No |
|--|--------|----------|
| 1. Laporan ini mudah dimengerti.
<i>This report is easy to understand.</i> | () | () |
| 2. Laporan ini mengungkapkan informasi positif dan negatif pada aspek keberlanjutan secara seimbang.
<i>This report discloses both positive and negative information on sustainability in a balanced manner.</i> | () | () |
| 3. Laporan ini sudah menggambarkan kinerja keberlanjutan yang relevan bagi bidang usaha Perusahaan.
<i>This report has described the sustainability performance that is relevant to the Company's line of business.</i> | () | () |

Mohon berikan penilaian atas tingkat aspek material yang dinilai penting menurut anda bagi keberlanjutan **PT Asuransi Allianz Life Indonesia** (nilai 1=paling tidak penting s/d 6=paling penting).

*Please give assessment level to material aspects which you deemed as important for the sustainability of **PT Asuransi Allianz Life Indonesia** (score 1=least important up to 6=most important)*

	1	2	3	4	5
Kinerja Ekonomi <i>Economic Performance</i>	☐	☐	☐	☐	☐
Kepegawaian <i>Employment</i>	☐	☐	☐	☐	☐
Kesehatan dan Keselamatan Kerja <i>Occupational Health and Safety</i>	☐	☐	☐	☐	☐
Pendidikan dan Pelatihan <i>Education and Training</i>	☐	☐	☐	☐	☐
Keanekaragaman dan Kesempatan Setara <i>Diversity and Equal Opportunity</i>	☐	☐	☐	☐	☐
Privasi Nasabah <i>Customer's Privacy</i>	☐	☐	☐	☐	☐
Lain-lain <i>Others</i>	☐	☐	☐	☐	☐

Mohon berikan saran/usul/komentar Anda atas laporan ini:

Please provide advice/suggestion/comments on this report statements:

Terima kasih atas partisipasi Anda. Mohon agar lembar umpan balik ini dikirimkan kembali ke alamat:

Thank you for your participation. Kindly send this feedback form to address follows:

PT Asuransi Allianz Life Indonesia

World Trade Center 3

Jl. Jenderal Sudirman Kav. 29-31

Jakarta Selatan 12920

AllianzCare : 1500 136

E-mail : contactus@allianz.co.id



PT Asuransi Allianz Life Indonesia

World Trade Center 3
Jl. Jenderal Sudirman Kav. 29-31
Jakarta Selatan - 12920
P **+62 21 2926 8888**
E **Contactus@allianz.co.id**

www.allianz.co.id

PT Asuransi Allianz Life Indonesia berizin dan
diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan



AllianzCare

1500 136