

2019
annual report

Sustaining Digital Transformation



KESINAMBUNGAN TEMA

THEME CONTINUITY



2018 EMBRACE THE FUTURE

Selama lebih dari dua dekade melayani nasabah dengan penyediaan layanan asuransi dan solusi keuangan, Allianz Life Indonesia terus melaju menuju transformasi asuransi berorientasi digital sebagai fokus utamanya.

With over two decades of providing insurance and financial solutions, Allianz Life Indonesia continues to accelerate its digital transformation as its main focus. We are well aware of the importance of transformation in order to grow alongside the ever-increasing digital advancements on a global scale.

Sejalan dengan hal itu, kami telah menetapkan langkah untuk lebih dekat dengan dunia digital, sekaligus memperluas skala bisnis berbasis digital, serta mengembangkan kompetensi karyawan kami, begitu pula para agen. Tujuan utamanya adalah memperkuat kehadiran kami di pasar asuransi dan mempertahankan serta memperkuat pertumbuhan secara berkelanjutan.

Correspondingly, we are embracing the digital world by constantly expanding our digital services, as well as developing our employee competencies, especially with our agents. Our objective is to strengthen our presence in the market whilst maintaining and enhancing our sustainable growth.

2019 SUSTAINING DIGITAL TRANSFORMATION



Tahun 2019 ditandai dengan langkah nyata PT Asuransi Allianz Life Indonesia untuk selalu berinovasi dengan berbagai transformasi. Perusahaan terus mempertahankan eksistensinya serta mengikuti tren pasar. Kami menghadirkan produk dan layanan berbasis digital serta *touchpoint* untuk kenyamanan nasabah di seluruh Nusantara. Dengan pengalaman lebih dari dua dekade di industri ini, kami selalu melihat ke depan dan terus meningkatkan kompetensi seluruh tenaga pemasaran kami untuk selalu mengikuti teknologi terkini dari industri asuransi.

2019 marked a big step for PT Asuransi Allianz Life Indonesia as it strived to transform and innovate. Staying on course, Allianz has adapted to market trends by offering digital-based products and services for the convenience of customers across the archipelago. We expanded our digital services and touch points, allowing our customers the choice of how they want to be served. With over two decades of establishing our presence in Indonesia, we always look towards the future, and strive continuously to increase the competence and capacities of our agents in order to keep up with the latest insurance technology.

DAFTAR ISI

CONTENTS

- 06 **Pesan Dewan Komisaris**
Message from Board of Commissioners
- 10 **Pesan Dewan Direksi**
Message from Board of Directors

15

PROFIL PERUSAHAAN COMPANY PROFILE

- 16 **Jejak Langkah**
Milestones
- 18 **Dunia Allianz**
The World of Allianz
 - Grup Allianz
Allianz Group
 - Allianz Asia Pasifik
Allianz Asia Pacific
- 26 **Allianz Life Indonesia**
Allianz Life Indonesia
- 30 **Peristiwa Penting**
Significant Events
- 40 **Penghargaan**
Awards & Recognitions
- 46 **Kampanye Pemasaran & Branding**
Branding & Marketing Campaigns
- 52 **Tujuan & Strategi**
Purpose & Strategy
- 54 **Profil Komisaris**
Board of Commissioners Profile
- 56 **Profil Direksi**
Board of Directors Profile
- 58 **Struktur Organisasi**
Organisation Structure
- 59 **Manajemen Allianz Life Indonesia**
Allianz Life Indonesia Management
- 61 **Pemegang Saham**
Shareholders
- 62 **Kantor Pusat, Kantor Cabang,
Jaringan Pemasaran**
Head Office, Branch Offices,
Marketing Network
- 66 **Pelayanan Nasabah**
Services to Customers
- 69 **Pelayanan Tenaga Pemasaran**
Services to Sales Force

71

SUMBER DAYA MANUSIA
HUMAN CAPITAL

83

PRODUK & LAYANAN
PRODUCTS & SERVICES

95

ANALISA & PEMBAHASAN
MANAJEMEN
MANAGEMENT
DISCUSSION & ANALYSIS

- 96 Ikhtisar Keuangan
Financial Highlights
- 98 Tinjauan Keuangan
Financial Review
- 100 Tinjauan Bisnis
Business Review
- 108 Tinjauan Operasional
Operational Review

110

TATA KELOLA
PERUSAHAAN
CORPORATE
GOVERNANCE

136

TANGGUNG JAWAB
SOSIAL
CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY

PESAN DEWAN KOMISARIS

MESSAGE FROM BOARD OF COMMISSIONERS



Para pemangku kepentingan yang terhormat,
Dear Esteemed Stakeholders,

Merupakan sebuah kehormatan bagi kami, Dewan Komisaris PT Asuransi Allianz Life Indonesia untuk dapat mempersembahkan laporan pengawasan kami untuk tahun buku 2019 sebagai bagian dari pertanggungjawaban Perusahaan kepada para pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya.

Ekonomi Makro

Pada tahun 2019 bisnis global menghadapi tantangan yang berat akibat perang dagang antara Amerika Serikat dan China. Dana Moneter Internasional (IMF) dan Bank Dunia menyesuaikan perkiraan pertumbuhan global mereka dari 3% menjadi 2,6%. Kondisi yang tidak menguntungkan tersebut mengakibatkan langkah pengetatan Federal Reserve AS dan berpengaruh terhadap volatilitas mata uang.

It is an honour to present to you, on behalf of the Board of Commissioners of PT Asuransi Allianz Life Indonesia, our supervisory report for the financial year 2019 as part of the Company's accountability to its valued shareholders and other stakeholders.

Macro Economy

The year 2019 saw global businesses facing headwinds due to the trade war between the United States and China. Both the International Monetary Fund (IMF) and World Bank adjusted their 2019 global growth forecasts from 3% to 2.6%. This unfavourable condition resulted in tightening measures from the US Federal Reserve and currency volatilities.

Di Indonesia, Badan Pusat Statistik (BPS) melaporkan angka pertumbuhan Pendapatan Domestik Bruto (PDB) sebesar 5,02% pada tahun 2019, angka ini menurun dibandingkan dengan tahun 2018 yaitu sebesar 5,17%. Meskipun mengalami sedikit penurunan, Indonesia, sebagai negara dengan ekonomi terbesar di Asia Tenggara, tetap menjanjikan untuk perkembangan industri asuransi. Dengan kondisi pasar yang sebagian besar belum tersentuh oleh industri asuransi dan potensi berupa populasi terbesar keempat di dunia, peluang pertumbuhan Perusahaan asuransi di Indonesia masih sangat besar.

Pengawasan atas Kinerja Perusahaan

Dewan Komisaris memuji strategi yang diambil oleh Direksi dalam menjaga kinerja bisnis yang sehat dengan memanfaatkan kekuatan Perusahaan. Kemampuan Perusahaan untuk berinovasi dan bertindak cepat didukung oleh pengetahuan yang mendalam tentang situasi pasar. Kemampuan tersebut mendorong Perusahaan untuk berinvestasi melalui solusi digital yang inovatif demi meningkatkan kenyamanan para nasabah. Dewan Komisaris juga mengapresiasi upaya luar biasa dari manajemen dalam menjaga dan meningkatkan kualitas layanan prima yang merupakan inti dari bisnis yang kami kelola setiap harinya.

Keunggulan layanan juga tercermin dari para mitra bisnis kami yang benar-benar memahami kebutuhan nasabah. Prestasi yang juga kami apresiasi adalah kemampuan manajemen dalam membangun kerja sama dan mempertahankan para karyawan yang berkualitas tinggi.

Mengenai kinerja keuangan, Perusahaan telah membukukan pencapaian yang signifikan pada pendapatan, laba, dan investasi yang kesemuanya akan diuraikan lebih lanjut dalam laporan tahunan ini.

In Indonesia, the Central Statistics Agency (BPS) reported the country's Gross Domestic Product (GDP) growth rate at 5.02% in 2019, a decrease from 5.17% in 2018. Despite the slight decline in growth, Indonesia, as Southeast Asia's largest economy, is still promising for the insurance industry. With the largely untapped market and world's fourth largest population, the growth opportunity for insurers in Indonesia is indisputably high.

Supervision on Company Performance

The Board of Commissioners commends the strategies taken by the Board of Directors to maintain sound business performance by capitalising on the Company's strengths. Some of the strengths that sustain our presence are the innovation and the ability to act quickly with profound knowledge of the market. The Company's market savviness has led to investment in digitalisation with more innovative solutions to enhance the customers' experience. The Board of Commissioners appreciates management's tremendous effort in maintaining and improving service excellence, which is at the core of our daily operations.

The service excellence is also attributed to our business partners who truly understand the needs of our customers. Such commendable achievements are also due to management's ability to hire and retain highly competent employees.

As for the financial performance, the Company has booked significant achievements in income, profit, and investment, all of which are further detailed in this annual report.

PESAN DEWAN KOMISARIS

MESSAGE FROM BOARD OF COMMISSIONERS

Tata Kelola Perusahaan

Dewan Komisaris memastikan bahwa manajemen dan staf Allianz Life Indonesia menjalankan tugas dan tanggung jawab sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Dalam melakukan praktik tata kelola Perusahaan yang baik dengan sebaik-baiknya, kami menerapkan kode etik sebagai kebijakan bagi staf dan manajemen di semua tingkatan. Kami memiliki kebijakan dan prosedur *whistleblowing* untuk mencegah perilaku yang tidak pantas dan buruk dalam organisasi.

Selain itu, kami memiliki kebijakan terkait Konflik Kepentingan yang dirancang sebagai panduan dalam membuat keputusan dengan tepat dan benar. Yang juga tidak kalah penting adalah Kebijakan Anti Pencucian Uang dan Pemberantasan Pendanaan Terorisme (AML - CFT), yang telah kami tegakkan secara efektif sebagai upaya kami memastikan pengelolaan Perusahaan dengan baik.

Komite Pendukung

Dalam menjalankan tugas, Dewan Komisaris dibantu oleh Komite Audit, serta Komite Remunerasi dan Nominasi. Sepanjang tahun buku 2019, kedua komite telah menunjukkan komitmen dan kerja keras sebagai komite pendukung Dewan Komisaris. Kami bekerja bahu membahu guna menjalankan fungsi pengawasan.

Corporate Governance

The Board of Commissioners ensures that the management and staff of Allianz Life Indonesia conduct their duties and responsibilities in accordance with prevailing laws and regulations. To implement the practice of good corporate governance in the best manner, we apply the code of conduct as a policy for staff and management at all levels. We have whistleblowing policies and procedures to prevent improper behaviours and misconduct in the organisation.

In addition, we have a Conflict of Interest policy that is designed as a means to make the right decisions in the right manner. No less important are our Anti Money Laundering and Combating the Financing of Terrorism (AML - CFT) Policies, which we have effectively enforced in our effort to govern the Company as good corporate citizens.

Audit Committee

In carrying out its' duties, the Board of Commissioners is assisted by the Audit Committee, and the Remuneration and Nomination Committee. Throughout the financial year 2019, both committees demonstrated their commitment and hard work as the supporting committees of the Board of Commissioners. We work hand-in-hand in our oversight functions.

Komposisi Dewan Komisaris

Kami melakukan perubahan pada komposisi Dewan Komisaris dengan pengangkatan Aaron Mitchell Fryer sebagai Presiden Komisaris pada tanggal 3 Oktober 2019. Bapak Fryer menggantikan Heinz Walter Dollberg yang mengundurkan diri pada Oktober 2019.

Pada tanggal 2 September 2020, kami menerima kabar duka atas berpulangnya Heinz Walter Dollberg di Jerman. Dengan pengalaman beliau selama lebih dari tiga dekade di posisi senior Allianz Group, Heinz Walter Dollberg merupakan salah satu penggerak utama pertumbuhan Allianz di Indonesia. Beliau akan selalu kami kenang dan ucapan belasungkawa kami sampaikan kepada keluarga, kerabat, dan seluruh rekan yang telah bekerja bersama beliau.

Penghargaan

Akhir kata, Dewan Komisaris mengucapkan terima kasih atas kerja keras Direksi yang tiada henti dalam memaksimalkan kinerja bisnis. Penghargaan yang setinggi-tingginya juga kami sampaikan kepada seluruh manajemen, staf, dan mitra bisnis, yang telah menunjukkan dedikasi yang tinggi kepada para nasabah dan Perusahaan.

Kepada para nasabah, kami berterima kasih atas semua dukungan Anda yang telah memperkuat kinerja dan kehadiran Perusahaan di pasar, di saat ini dan di masa depan.

Board of Commissioners Composition

There has been a change in the Board of Commissioners' composition, with the appointment of Aaron Mitchell Fryer as the President Commissioner on 3 October 2019. Mr. Fryer has replaced Heinz Walter Dollberg who resigned in October 2019.

On September 2nd, 2020 we received the sad news of the passing of Heinz Walter Dollberg in Germany. With over three decades of experience in several senior positions in Allianz Group, Heinz Walter Dollberg is truly revered as one of the driving forces behind the growth of Allianz in Indonesia. Our thoughts and condolences go to his family, friends and all who had the pleasure of working with him.

Appreciation

Lastly, the Board of Commissioners would like to express its gratitude for the relentless hard work of the Board of Directors to maximise business performance. Our utmost appreciation also goes to all the management, staff and business partners, who have all shown great dedication to our customers and the Company.

To our customers, we thank you all for your unwavering support which strengthens the Company's performance and presence in the market both at present and in the future.

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

Aaron Mitchell Fryer
Presiden Komisaris

President Commissioner
PT Asuransi Allianz Life Indonesia

PESAN DIREKSI

MESSAGE FROM BOARD OF DIRECTORS



Yang terhormat para pemegang saham dan pemangku kepentingan,
Dear Valued Shareholders and Stakeholders,

Allianz Group telah menyediakan solusi dan layanan asuransi yang sangat profesional kepada nasabah di berbagai belahan dunia selama lebih dari 130 tahun. PT Asuransi Allianz Life Indonesia didirikan di Indonesia lebih dari dua dekade.

Di Indonesia, Perusahaan telah mencatat sejarah yang sangat baik dengan peningkatan pertumbuhan setiap tahun. Atas nama Direksi, perkenankan saya mempresentasikan kinerja Perusahaan untuk tahun buku 2019.

Kinerja Perusahaan

Allianz Life Indonesia terus berupaya untuk menjadi yang terdepan dalam industri asuransi. Perusahaan selama bertahun-tahun telah membangun reputasinya sebagai penyedia berbagai solusi asuransi yang andal, dapat dipercaya, dan peduli terhadap nasabah. Di tahun 2019, kami melanjutkan transformasi digital dan memperkenalkan lebih banyak produk inovatif yang disesuaikan dengan kebutuhan nasabah saat ini.

Allianz Group has, for over 130 years, provided outstanding insurance solutions and services to the customers in many parts of the world. PT Asuransi Allianz Life Indonesia, was established in Indonesia more than two decades.

In Indonesia, the Company has written its own history by scaling its growth every year. On behalf of the Board of Directors, please allow me to present the Company's performance for the financial year 2019.

Company Performance

Allianz Life Indonesia has always strived to be a leader in the industry. The Company has, for many years, built its reputation as a reliable, trustworthy and customer-conscious provider of various insurance solutions. In 2019, we continued our digital transformation and introduced more innovative products tailored to the needs of today's customers.

Perjalanan transformasi kami berlanjut seiring dengan perubahan kebutuhan nasabah serta meningkatnya jumlah nasabah dan mitra bisnis dari generasi muda.

Terlepas dari ketegangan perang perdagangan AS-China dan penurunan pertumbuhan, seperti yang dilaporkan oleh Badan Pusat Statistik, dimana tingkat pertumbuhan Pendapatan Domestik Bruto (PDB) Indonesia menurun dari 5,17% pada tahun 2018 menjadi 5,02% pada tahun 2019, Perusahaan tetap mempertahankan pertumbuhan yang kuat.

Pada tahun 2019, Perusahaan menunjukkan kemampuan terbaiknya dalam merespon pasar. Kami menciptakan banyak produk inovatif yang membantu kami menjadi Perusahaan asuransi terkemuka di Nusantara.

Kami sangat menyadari potensi pertumbuhan dalam industri asuransi, terutama disertai peningkatan literasi keuangan dan kesadaran masyarakat akan perlunya perlindungan. Kami telah berinvestasi dan menjadi yang terdepan dalam *e-commerce* yang sedang berkembang di industri asuransi.

Di tahun 2019, kami memperkuat kolaborasi dengan mitra berbasis digital, seperti Gojek dan BukaLapak. Strategi ini terbukti efektif karena meningkatkan pertumbuhan Perusahaan di saluran *e-commerce* dan meningkatkan pengalaman nasabah. Selain itu, penerbitan polis dan proses klaim kami pun menjadi lebih cepat dan mudah sehingga nasabah semakin nyaman.

Allianz Life Indonesia terus bekerjasama dengan HSBC, BTPN, dan Maybank dalam menyediakan produk bancassurance. Kolaborasi dengan mitra perbankan juga kian intensif dan berkontribusi pada akses yang lebih baik terhadap penyediaan solusi asuransi di pasar.

Our transformation journey continues due to changing customer needs and as we serve more customers and business partners of younger generations.

Despite the tensions of the US-China trade war, and the decrease, as reported by the Central Statistics Agency, of Indonesia's Gross Domestic product (GDP) growth rate from 5.17% in 2018 to 5.02% in 2019, the Company maintained strong growth.

In 2019, the Company demonstrated its best capability of responding to the market. We created many innovative products which helped us to become a leading insurance Company in the Archipelago.

We are well aware of the potential for further growth in the insurance industry, especially due to the growing financial literacy and the increasing awareness of the need to be protected. We have invested and become a front-runner in the emerging *e-commerce* channel.

In 2019, we intensified the collaboration with digital-based partners, such as Gojek and BukaLapak. This strategy has proven effective as it increases the Company's growth in the *e-commerce* channel, and enhances the customers' experience. Our policy issuance and claim processes have enhanced in speed and convenience offered.

Allianz Life Indonesia continues to collaborate with HSBC, BTPN and Maybank in providing bancassurance products. The collaboration with our bank partners has also intensified and contributed to better access to insurance solutions in the market.

PESAN DIREKSI

MESSAGE FROM BOARD OF DIRECTORS

Prestasi Keuangan

Pada tahun 2019, Pendapatan Premi Bruto Perusahaan meningkat menjadi Rp13,2 triliun dari Rp10,7 triliun yang tercatat di tahun sebelumnya. Kontributor utama pertumbuhan ini adalah jalur distribusi keagenan dan *bancassurance*. Total aset kami mencapai Rp38,3 triliun atau meningkat 8,7% dibandingkan dengan total aset yang tercatat pada akhir tahun 2018 sebesar Rp35,3 triliun. Laba Bersih yang kami peroleh mencapai Rp1,18 triliun atau meningkat 48,7% dibandingkan pada tahun 2018 sebesar Rp797,8 miliar.

Sumber Daya Manusia

Sumber Daya Manusia (SDM) adalah yang paling utama dalam Perusahaan kami. Secara rutin kami mengadakan pelatihan, seminar, dan lokakarya untuk memelihara dan meningkatkan keterampilan karyawan.

Dengan menarik dan mengembangkan talenta yang tepat, kami dapat merespon pasar dan meningkatkan layanan dan produk yang kami tawarkan. Ketangkasan, kemampuan kami dalam bertransformasi, dan inovasi merupakan aspek-aspek yang sangat penting.

Kehadiran SDM yang tangkas dan inovatif mendorong diwujudkannya Allianz Innovation Lab pada tahun 2018, yang memfasilitasi karyawan kami untuk berkolaborasi dan menciptakan solusi yang selalu berpusat untuk menjawab kepentingan nasabah.

Yang tidak kalah pentingnya adalah *tagline* kami, #HappyLifeMadeeAZy, yang diperkenalkan sejak penghujung tahun 2018. *Tagline* tersebut telah meningkatkan kesadaran akan nilai-nilai yang mewakili kepercayaan, kepedulian, dan kemudahan. *Tagline* ini memompa semangat tim kami terutama dalam mengintegrasikan nilai-nilai tersebut ke dalam budaya kerja kami.

Financial Achievement

In 2019, the Company's Gross Written Premium increased to Rp13.2 trillion from Rp10.7 trillion recorded in the previous year. Agency and bancassurance distribution channels were the main contributors to this growth. Our total assets stood at Rp38.3 trillion or an increase of 8.7% compared to Rp35.3 trillion recorded at the end of 2018. Net Income was at Rp1.18 trillion or an increase of 48.7% compared to Rp797.8 billion in 2018.

Human Capital

Our people form the core of our Company. We regularly conduct training, seminars and workshops to maintain and enhance the skills of our people.

By attracting and nurturing the right talents, we are able to respond to the market and improve our service and product offerings. Agility, change management and innovation have become more important people attributes.

This led to the opening of the Allianz Innovation Lab in 2018, which facilitates our employees to collaborate and create customer centric solutions.

No less important is our tagline, #HappyLifeMadeeAZy, which was launched at the end of 2018. It has increased the awareness of our values that represent trust, care and easy. The tagline has enhanced the spirit of our teams and integrated the core values into our culture.

Laporan tahunan ini memiliki bab tersendiri yang menguraikan tentang sumber daya manusia, termasuk program dan kegiatan pembinaannya.

Tanggung jawab Sosial

Kami percaya bahwa keberlanjutan bisnis tidak semata-mata didorong oleh keuntungan moneter. Yang tidak kalah penting adalah komitmen kami terhadap pelaksanaan program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR). Pada tahun 2019, seperti tahun-tahun sebelumnya, kami mempertahankan fokus kegiatan CSR berdasarkan empat pilar: Pendidikan, Kesehatan, Pemberdayaan Ekonomi, dan Penanggulangan Bencana & Lingkungan. Rincian program CSR kami dapat ditemukan di dalam laporan ini.

Komposisi Dewan Direksi

Kami telah mengubah komposisi Dewan Direksi dengan bergabungnya Bianto Surodjo dan Karin Alkrina Zulkarnaen yang masing-masing diangkat pada tanggal 8 Maret 2019 dan 29 Juli 2019. Kehadiran mereka di Dewan tentunya telah memberikan kontribusi yang sangat baik terhadap kinerja Perusahaan.

Penutupan

Akhir kata, Direksi mengucapkan terima kasih kepada Dewan Komisaris yang telah memberikan nasihat dan arahan kepada kami. Selain itu, kami juga mengucapkan terima kasih kepada karyawan, nasabah, otoritas pemerintah, dan mitra bisnis kami atas dukungan mereka yang memungkinkan kami mencapai kinerja yang semakin baik.

This annual report has its own chapter that elaborates on our human capital, including its development programmes and activities.

Social Responsibility

We believe that the sustainability of our business is not driven solely by monetary gain. Our commitment to the implementation of Corporate Social Responsibility (CSR) programmes is equally important. In 2019, as in previous years, we maintained our focus the CSR activities based on the four pillars: Education, Health, Economic Empowerment, and Disaster Relief & Environment. Details of our CSR programmes can be found in this report.

Board of Directors Composition

We have changed the composition of our Board, with Bianto Surodjo and Karin Alkrina Zulkarnaen being appointed on March 8, 2019 and on July 29, 2019, respectively. Their presence in the Board has contributed to the Company's outstanding performance.

Closing

Lastly, the Board of Directors would like to thank the Board of Commissioners for providing us with advice and direction. In addition, we express our gratitude to the employees, customers, government authorities and business partners for their continued support which enables us to achieve sustainable performance.

Atas nama Direksi,
On behalf of the Board of Directors,

Jan-Joris Louwerier
Country Manager & Direktur Utama
Country Manager & President Director
PT Asuransi Allianz Life Indonesia





01

PROFIL PERUSAHAAN COMPANY PROFILE

- | | | | |
|----|--|----|---|
| 16 | Jejak Langkah
Milestones | 50 | Profil Komisaris
Board of Commisioners Profile |
| 18 | Dunia Allianz
The World of Allianz <ul style="list-style-type: none">• Grup Allianz
Allianz Group• Allianz Asia Pasifik
Allianz Asia Pacific | 52 | Profil Direksi
Board of Directors Profile |
| 26 | Allianz Life Indonesia
Allianz Life Indonesia | 54 | Struktur Organisasi
Organisation Structure |
| 30 | Peristiwa Penting
Event Highlights | 55 | Manajemen Allianz Life Indonesia
Allianz Life Indonesia Management |
| 36 | Penghargaan
Awards & Recognitions | 57 | Pemegang Saham
Shareholders |
| 42 | Kampanye Pemasaran &
Branding
Branding & Marketing
Campaigns | 58 | Kantor Pusat, Kantor Cabang,
Jaringan Pemasaran
Head Office, Branch Offices,
Marketing Network |
| 48 | Tujuan & Strategi
Purpose & Strategy | 62 | Pelayanan Nasabah
Services to Customers |
| | | 65 | Pelayanan Tenaga Pemasaran
Services to Sales Force |

JEJAK LANGKAH

MILESTONES

1980

Allianz mendirikan kantor perwakilan di Jakarta pada tahun 1981 dengan nama PT Asuransi Allianz Utama Indonesia. Kemudian pada tahun 1989, Perusahaan secara 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.

1980 / 1996

1996

PT Asuransi Allianz Utama Indonesia mulai menyediakan lebih banyak produk dan layanan, termasuk asuransi jiwa dan kesehatan serta dana pensiun dengan pendirian PT Asuransi Allianz Life Indonesia. PT Asuransi Allianz Utama 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 pertama dengan Standard Chartered Bank. Allianz Life Indonesia had the first banking partnership with Standard Chartered Bank.

2006

- Allianz Life Indonesia termasuk dalam 10 besar Perusahaan asuransi dengan Pendapatan. Premi Bruto (PPB) sebesar Rp1 triliun ke atas
- Pembukaan unit usaha syariah.
- Peluncuran asuransi mikro Allianz sebagai produk asuransi mikro pertama di Indonesia.
- Allianz Life Indonesia listed among the top 10 insurance companies with gross written premium (GWP) of Rp1 trillion and above.
- The opening of the sharia business unit.
- The launch of Allianz microinsurance as the first microinsurance product in Indonesia.

2007

Lima Allianz Center diresmikan secara bersamaan di lima kota, yaitu di; Medan, Bandung, Surabaya, Denpasar dan Jakarta. Five Allianz Centres were launched simultaneously in the five cities, respectively; Medan, Bandung, Surabaya, Denpasar and Jakarta.

2004 - 2007

2010 - 2015

2010

- Yayasan Allianz Peduli didirikan.
- Total aset yang dikelola Perseroan mencapai Rp10 triliun, dengan PPB di atas Rp5 triliun.
- The establishment of Allianz Peduli Foundation.
- The Company's total assets under management reached Rp10 trillion, with GWP above Rp5 trillion.

2011

- Allianz Star Network dibentuk.
- Bisnis asuransi mikro mencapai 1 juta nasabah.
- The establishment of Allianz Star Network.
- The microinsurance business recorded its achievement with 1 million customers on portfolio.

2013

Allianz Life Indonesia melindungi lebih dari tiga juta pihak tertanggung di seluruh Indonesia. Allianz Life Indonesia protected 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.
- Peringkat pertama di pasar Employee Benefit.
- Peluncuran aplikasi eAZy Claim untuk pengajuan klaim asuransi kesehatan secara digital, dan ini merupakan yang pertama di industri asuransi.
- Allianz Life Indonesia became the second largest life insurance Company in Indonesia with GWP of Rp9.7 trillion.
- Ranked first in the Employee Benefits market.
- The launch of eAZy Claim application to facilitate mobile claims for health insurance, the first in the industry.

2015

- PPB gabungan mencapai Rp9,8 triliun.
- Peluncuran Tabungan Asuransi IbadahHaji (TASBIH), dan ini merupakan yang pertama di industri asuransi.
- Peluncuran *Service Guarantee* sebagai wujud komitmen untuk memberikan layanan prima kepada nasabah.
- Combined GWP reached Rp9.8 trillion.
- The launch of Insurance Savings for Hajj Expenses (TASBIH), the first in the industry.
- The launch of Service Guarantee as a commitment to customer service.

2016

- PPB gabungan mencapai Rp10,2 triliun.
- Peluncuran eAZy Med Service untuk pemesanan obat secara digital dan pengiriman obat secara langsung kepada nasabah.
- Peluncuran layanan eAZy Payment untuk memfasilitasi pembayaran premi asuransi yang mudah dan aman secara online.
- Combined GWP reached Rp10.2 trillion.
- The launch of eAZy Med Service for digital medicine procurement and direct delivery.
- The launch of eAZy Payment service to facilitate easy and secure insurance premium payments using online platforms.

2016

2017

2018

2019

2017

- Peluncuran Expert Underwriting System (EUS) untuk meningkatkan kenyamanan dan kualitas bagi para nasabah, sekaligus menunjang produktivitas agen. Dengan EUS, proses underwriting dapat diotomatisasi dan proses pengambilan keputusan saat penerimaan calon nasabah pun dapat dilakukan secara *online* dan *real time*.
- Peresmian Allianz Ecopark di Ancol, Jakarta Utara, sebagai ruang terbuka hijau yang mengusung merek global Allianz.
- The launch of Expert Underwriting System (EUS) to increase the convenience and quality for customers and to enhance agents' productivity. EUS automates the underwriting and decision-making processes when receiving potential customers' applications, thus allowing online and real-time processing.
- The inauguration of Allianz Ecopark in Ancol, North Jakarta, as a green public space carrying the Allianz global brand.

2018

- Allianz Life Indonesia bekerja sama dengan PT Bank Maybank Indonesia Tbk (Maybank Indonesia) untuk menawarkan berbagai produk kepada nasabah Maybank, mulai dari lini asuransi jiwa, kesehatan dan kerugian (asuransi umum).
- Peresmian *Allianz Innovation Lab* oleh Deputy Regional CEO Allianz Asia Pacific, Bapak Solmaz Altin. Allianz Innovation Lab adalah sebuah lingkungan kerja yang dinamis dimana karyawan dari berbagai departemen dapat bekerja dan berkolaborasi untuk menciptakan solusi dan inovasi baru bagi mitra bisnis dan nasabah.
- Peluncuran Flexi CI yang merupakan inovasi baru sebagai asuransi tambahan untuk produk asuransi jiwa, yang memberikan perlindungan terhadap 168 kondisi penyakit kritis.
- Allianz Life Indonesia partnered with PT Bank Maybank Indonesia Tbk (Maybank Indonesia) to expand various products to Maybank's customers, ranging from life insurance, to health and loss (general insurance) lines.
- The inauguration of Allianz Innovation Lab by Solmaz Altin, the Deputy Regional CEO of Allianz Asia Pacific. Allianz Innovation Lab is a dynamic work environment where employees from across departments can work and collaborate to create new solutions and innovations for business partners and customers.
- The launch of Flexi CI, which is new rider for life insurance products. It provides protection against 168 critical illness conditions.
- Peluncuran Allianz Discover, solusi perangkat penjualan digital bagi agen asuransi jiwa dan kesehatan yang secara interaktif memungkinkan calon nasabah memilih perlindungan berdasarkan kebutuhan.
- Allianz Health and Corporate Solutions (AHCS) meluncurkan *add-on health rider, Hospital & Surgical Care Premier* yang menawarkan perlindungan dan kenyamanan bagi nasabah yang membutuhkan rawat inap untuk perawatan medis dan pembedahan.
- Allianz Life Indonesia meluncurkan "Tukar Sampahmu, Lindungi Dirimu" dan "Allianz UangDuka", untuk memberikan pilihan asuransi yang terjangkau bagi masyarakat prasejahtera. Perusahaan tidak hanya berfokus pada pertumbuhan premi, tetapi juga pertumbuhan jumlah nasabah yang dianggap sama pentingnya.
- The launch of Allianz Discover, a digital sales tool for life and health insurance agents that allows prospective customers to interactively choose protections based on their needs.
- Allianz Health and Corporate Solutions (AHCS) launched an *add-on health rider, Hospital & Surgical Care Premier* that offers protection and convenience for customers who require hospitalisation for medical treatment and surgery.
- 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 for lower-income earners. Instead of just focusing on premium growth, the Company considers the growth of customers as equally important.

2018

- Allianz Life Indonesia bekerja sama dengan PT Bank Maybank Indonesia Tbk (Maybank Indonesia) untuk menawarkan berbagai produk kepada nasabah Maybank, mulai dari lini asuransi jiwa, kesehatan dan kerugian (asuransi umum).
- Peresmian *Allianz Innovation Lab* oleh Deputy Regional CEO Allianz Asia Pacific, Bapak Solmaz Altin. Allianz Innovation Lab adalah sebuah lingkungan kerja yang dinamis dimana karyawan dari berbagai departemen dapat bekerja dan berkolaborasi untuk menciptakan solusi dan inovasi baru bagi mitra bisnis dan nasabah.
- Peluncuran Flexi CI yang merupakan inovasi baru sebagai asuransi tambahan untuk produk asuransi jiwa, yang memberikan perlindungan terhadap 168 kondisi penyakit kritis.
- Allianz Life Indonesia partnered with PT Bank Maybank Indonesia Tbk (Maybank Indonesia) to expand various products to Maybank's customers, ranging from life insurance, to health and loss (general insurance) lines.
- The inauguration of Allianz Innovation Lab by Solmaz Altin, the Deputy Regional CEO of Allianz Asia Pacific. Allianz Innovation Lab is a dynamic work environment where employees from across departments can work and collaborate to create new solutions and innovations for business partners and customers.
- The launch of Flexi CI, which is new rider for life insurance products. It provides protection against 168 critical illness conditions.





THE WORLD OF ALLIANZ

DUNIA ALLIANZ

ALLIANZ GROUP

ALLIANZ GROUP



No.1
ASURANSI
INSURER

- Dow Jones Sustainability Index for the third consecutive year (2017-2018-2019)
- 2019 Interbrand Best Global Brand Rankings

DANA KELOLA PIHAK KETIGA
3RD PARTY ASSETS



€1.7
TRILIUN
TRILLION

ASURANSI JIWA & KESEHATAN
LIFE & HEALTH INSURANCE



**GLOBAL
5 BESAR**
GLOBAL
BIG 5

DIDIRIKAN DI MUNICH,
JERMAN TH. 1890
EST. 1890 IN MUNICH, GERMANY



129
TAHUN
YEARS

TERDAPAT DI
EXIST IN **70** NEGARA
COUNTRIES

KEUNTUNGAN 2019
2019 REVENUES

€142
TRILIUN
TRILLION



NASABAH
CLIENTS

>100 JUTA
MILLION



AWAL TERBENTUKNYA ALLIANZ

Allianz Group memulai bisnisnya pada tahun 1890 di Munich, Jerman. Tiga tahun kemudian, pada tahun 1893, Allianz mulai masuk ke pasar internasional, dengan membuka kantor di London dan memperluas operasional bisnis ke Amerika, Belanda, Skandinavia, Belgia, Prancis, dan Balkan. Pada tanggal 12 Desember 1895, Allianz membuka saham di Bursa Efek Berlin dan setelah menjadi Perusahaan publik, Allianz mampu melebarkan sayapnya lebih luas di pasar internasional.

HADIR DI DUNIA INTERNASIONAL

Berkantor pusat di Munich, Allianz Group telah memperlebar sayapnya ke berbagai penjuru dunia. Saat ini, Allianz adalah salah satu dari lima penyedia produk asuransi jiwa dan kesehatan terbesar di dunia; secara global, kami adalah pengelola aset terbesar dan salah satu dari tiga 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 manajer aset terbesar di dunia, Allianz telah mengelola aset pihak ketiga sekitar 1,7 triliun euro dan melayani lebih dari 100 juta nasabah ritel dan korporat di lebih dari 70 negara dengan spektrum yang luas dari produk asuransi dan dana investasi.

Di tahun 2019, total pendapatan Allianz Group adalah 142 miliar euro, dengan laba operasional 11,9 miliar euro, dibandingkan dengan tahun 2018 sebesar 11,5 miliar euro. Hingga akhir 2019, sebanyak 147.000 karyawan yang kompeten telah memperkuat keberadaan sumber daya manusia Allianz Group di dunia internasional. Allianz naik enam peringkat ke posisi 43 menjadi perusahaan asuransi nomor satu oleh Best Global Brand Rankings. Nilai merek Allianz naik 12% pada 2019 dibandingkan 2018, dan sekarang menjadi \$ 12,1 miliar.

Allianz telah masuk dalam Dow Jones Sustainability Index (DJSI) dengan posisi peringkat teratas sejak tahun 2000. Pada tahun 2019, kami mengambil posisi terdepan dalam sektor asuransi selama tiga tahun berturut-turut, dengan nilai 88 dari 100 poin.

Allianz Group mempertahankan strategi dan menggerakkan bisnisnya ke depan dengan bersandar pada lima pilar. Kelima pilar tersebut adalah fokus pada nasabah, digitalisasi pada seluruh aspek, keunggulan teknis, pemanfaatan sumber-sumber pertumbuhan secara sistematis, serta meritokrasi yang inklusif.

Kelima pilar tersebut juga memainkan peran penting dalam memetakan jalur bisnis di semua pasar tempat Allianz beroperasi, termasuk Asia Pasifik dan Indonesia.

NEW BEGINNINGS

The history of the Allianz Group stretches back to 1890 when the Company established its presence in Munich, Germany. Three years later, 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 12 December 1895, Allianz made a landmark move listing its stocks on the Berlin Stock Exchange. Becoming an IPO paved the way for Allianz to spread its wings even wider across international markets.

GLOBAL PRESENCE

Headquartered in Munich, Germany, the Allianz Group has spread its presence to many corners of the globe. Allianz is currently among the world's top five providers of life and health insurance products and globally we are the largest asset manager and one of the top three 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 largest asset managers, Allianz has recorded its total third-party assets at around 1.7 trillion euros under management, serving more than 100 million retail and corporate customers in over 70 countries with a broad spectrum of insurance products and investment funds.

In 2019, the Allianz Group calculated its total revenue at 142 billion euros, with an operating profit of 11.9 billion euros, compared with 11.5 billion euros in 2018. As of the end of 2019, as many as 147,000 competent individuals strengthened the international presence of the group's human resources. Allianz jumps six places to 43rd to becoming the number one insurer in the Best Global Brand Rankings. Allianz's brand value rose 12% in 2019 compared to 2018, and is now valued at \$12.1 billion.

Allianz has been included in the Dow Jones Sustainability Index (DJSI) with a top ranking position since 2000. In 2019, the Company took the leading position within the insurance sector for the third year running, scoring 88 out of 100 points- fantastic achievement.

The Allianz Group maintains its business strategy with the five pillars that drive the business forward, namely True Customer Centricity, Digital by Default across all business aspects, Technical Excellence, systematic exploration of new Growth Engines, and Inclusive Meritocracy.

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

ALLIANZ ASIA PACIFIC

ALLIANZ ASIA PACIFIC

Tahun 1910 menandai berdirinya Allianz Asia Pacific, yang menyediakan produk asuransi kebakaran dan kelautan di kota-kota pesisir Tiongkok. Hingga saat ini, Allianz Asia Pacific memiliki 14 pasar dengan sumber daya manusia yang berpengalaman, dengan jumlah lebih dari 36.000 karyawan. Allianz Asia Pacific menawarkan asuransi properti, asuransi kecelakaan, asuransi jiwa, asuransi perlindungan dan kesehatan, serta manajemen aset.

Allianz Asia Pacific sejauh ini telah berhasil mempertahankan kinerjanya secara berkelanjutan di seluruh kawasan. Dengan pasar Asia yang dinamis, hal ini memungkinkan Allianz Asia Pacific memperluas pasar-pasarnya di kawasan ini pada masa mendatang.

Pada tahun 2019, Allianz Asia Pacific membukukan 6,8 miliar euro, dengan laba operasional untuk bisnis asuransi Jiwa dan Kesehatan sebesar 369 juta euro, dibandingkan dengan angka di tahun sebelumnya masing-masing sebesar 6,7 miliar euro dan 275 juta euro.

The year 1910 marked the establishment of Allianz Asia Pacific, when the Company first provided fire and marine insurance products in the coastal cities of China. Fast forward to today, and Allianz Asia Pacific is now in 14 markets within the region. With the human resources that constitute more than 36,000 experienced staff, Allianz Asia Pacific offers property and casualty insurance, life, protection and health solutions, as well as asset management.

Allianz Asia Pacific has thus far maintained its sustainable performance across the region proving that it is feasible for the Company to expand into more markets in the future.

In 2019, Allianz Asia Pacific took 6.8 billion euros, with Life and Health operating a profit of 369 million euros, compared to the figures in the previous year of 6.7 billion euros and 275 million euros, respectively.

ALLIANZ ASIA PASIFIK
ESTABLISHED IN 1910
ALLIANZ ASIA PACIFIC
BERDIRI PADA TAHUN 1910



109
TAHUN
YEARS

NEGARA DI ASIA PASIFIK
COUNTRIES IN ASIA PACIFIC



14
NEGARA
COUNTRIES

ASET KEUANGAN BRUTO
GROSS FINANCIAL ASSETS

€ 192 TRILIUN
TRILLION



2019
KENAIKAN ASET KEUANGAN
FINANCIAL ASSETS GROWTH



9.7%

KARYAWAN KHUSUS
EXPERIENCED EMPLOYEES



>36,000
KARYAWAN
EMPLOYEE

NASABAH
CLIENTS

>21 JUTA
MILLION



Allianz 





TENTANG ALLIANZ INDONESIA

ALLIANZ INDONESIA AT A GLANCE

Sejarah PT Asuransi Allianz Life Indonesia dimulai pada tahun 1980an dengan berdirinya PT Asuransi Allianz Utama Indonesia sebagai kantor perwakilan di Jakarta pada tahun 1981 yang menawarkan produk asuransi umum untuk pasar Indonesia.

Seiring dengan peningkatan permintaan akan produk asuransi di negeri ini, PT Asuransi Allianz Life Indonesia didirikan pada 16 Agustus 1996 untuk menawarkan lebih banyak produk asuransi, mulai dari asuransi kesehatan dan jiwa hingga dana pensiun, dengan basis nasabah yang terdiri dari nasabah individu dan korporasi.

Di awal perjalanan bisnisnya, Allianz Life Indonesia menyediakan produk asuransi konvensional. Pada tahun 2006, Perusahaan meluncurkan unit usaha syariah dan memulai unit usaha asuransi mikro untuk melayani segmen nasabah prasejahtera.

Setahun kemudian, pada tahun 2007, kami memperkenalkan Allianz Center sebagai konsep solusi satu atap dimana nasabah dan agen dapat mengakses informasi dan memperoleh layanan yang nyaman di bawah satu atap. Saat ini, Allianz Center kami berada di Jakarta, Surabaya, Bandung, dan Denpasar.

Seiring dengan pertumbuhan Perusahaan, kami mengambil langkah lebih jauh dengan mengembangkan produk *bancassurance*. Kami memasuki pasar ini dengan bermitra dengan berbagai pihak dari industri perbankan, antara lain HSBC, BTPN, Maybank, dan lainnya.

The history of PT Asuransi Allianz Life Indonesia stretches back to as early as the 1980s with the establishment of PT Asuransi Allianz Utama Indonesia as a representative office in Jakarta in 1981, where they officially began providing general insurance products for the Indonesian market.

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

At the beginning of its operations, Allianz Life Indonesia provided conventional insurance products. In 2006, Allianz launched its sharia business unit and embarked on micro insurance services to meet the needs of the middle and lower income customer segments.

A year later we introduced the Allianz Centre as a one-stop solution concept where customers and agents could access information and get convenient service under one roof. Currently, we have Allianz Centres in Jakarta, Surabaya, Bandung and Denpasar in Bali.

As the Company grew, we took a further step by developing bancassurance products. We entered this market by partnering with various parties from the banking industry, including HSBC, BTPN, Maybank, and others.



Allianz Care
1500 136

Allianz Care Sharia
1500 139

Allianz Tower
Jl. H. R. Rasuna Said
Kawasan Kuningan Persada
Super Blok 2 - Jakarta 12980

P +62 21 2926 8888
F +62 21 2926 8080
e contactus@allianz.co.id

www.allianz.co.id

ALLIANZ INDONESIA
HADIR SEJAK TAHUN 1980
HAS ESTABLISHED SINCE 1980



39
TAHUN
YEARS

ALLIANZ UTAMA - 1989
ALLIANZ LIFE - 1996
ALLIANZ SYARIAH - 2006


JUMLAH TERTANGGUNG
TOTAL INSURED

9 JUTA
MILLION



TOTAL KLAIM DIBAYAR
TOTAL CLAIMS PAID

7.8
TRILIUN
TRILLION



BISNIS UTAMA
MAIN BUSINESS



JIWA
LIFE

KESEHATAN
HEALTH

PENSIUN
PENSION

AGEN BERLISENSI
LICENSED AGENTS

>30,000 AGEN
AGENTS



JUMLAH KARYAWAN
TOTAL EMPLOYEES

>1,300



TENTANG ALLIANZ INDONESIA

ALLIANZ INDONESIA AT A GLANCE

Hingga akhir 2019, kami didukung oleh lebih dari 1.300 karyawan yang bekerja di lima Allianz Center, 18 Customer Service Point, dan 86 Kantor Pemasaran di 48 lokasi di Indonesia. Yang tidak kalah pentingnya, kami memiliki lebih dari 30.000 agen berlisensi dan sembilan juta pihak tertanggung di seluruh Indonesia.

Selain itu, kami pun telah menerima berbagai penghargaan. Penghargaan ini merupakan apresiasi atas prestasi yang diraih dalam bidang sumber daya manusia, kualitas layanan, dan performa investasi.

Dengan tekad yang kuat untuk memperkokoh kehadiran kami terutama di era digital ini, kami telah mengimplementasikan berbagai rencana yang manfaatnya dapat dituai saat ini dan di masa mendatang.

Saat ini kami fokus pada digitalisasi di semua lini bisnis guna meningkatkan layanan kepada nasabah, dimana kami memberikan kemudahan akses, menyediakan produk yang sesuai dengan kebutuhan nasabah, serta menawarkan pengalaman menarik kepada nasabah sebagai nilai tambah bagi para pemilik polis asuransi.

Dalam proses transformasi digital, kami terus berupaya menciptakan kemudahan melalui berbagai layanan inovatif, seperti otomatisasi pembayaran premi, solusi untuk *customer onboarding*, program loyalitas nasabah berbasis digital yang disajikan secara lebih personal, proses klaim yang lebih cepat, akses yang lebih mudah untuk mendapatkan informasi tentang produk dan layanan kami, dan berbagai inisiatif lainnya. Upaya ini juga mampu menunjang para agen kami untuk dapat memberikan layanan yang istimewa kepada para nasabah secara lebih baik dan cepat.

As of the end of 2019, we employed more than 1,300 employees, working in five Allianz Centres, 18 Customer Service Points and 90 Marketing Offices across 48 locations in Indonesia. We have more than 30,000 licensed agents, all of whom are part of the Allianz Star Network. The network provides coverage to nine million insured across the nation.

Our strong presence has also been attributed to receiving industry awards. These accolades celebrate our achievements in human capital, service quality and investment performance.

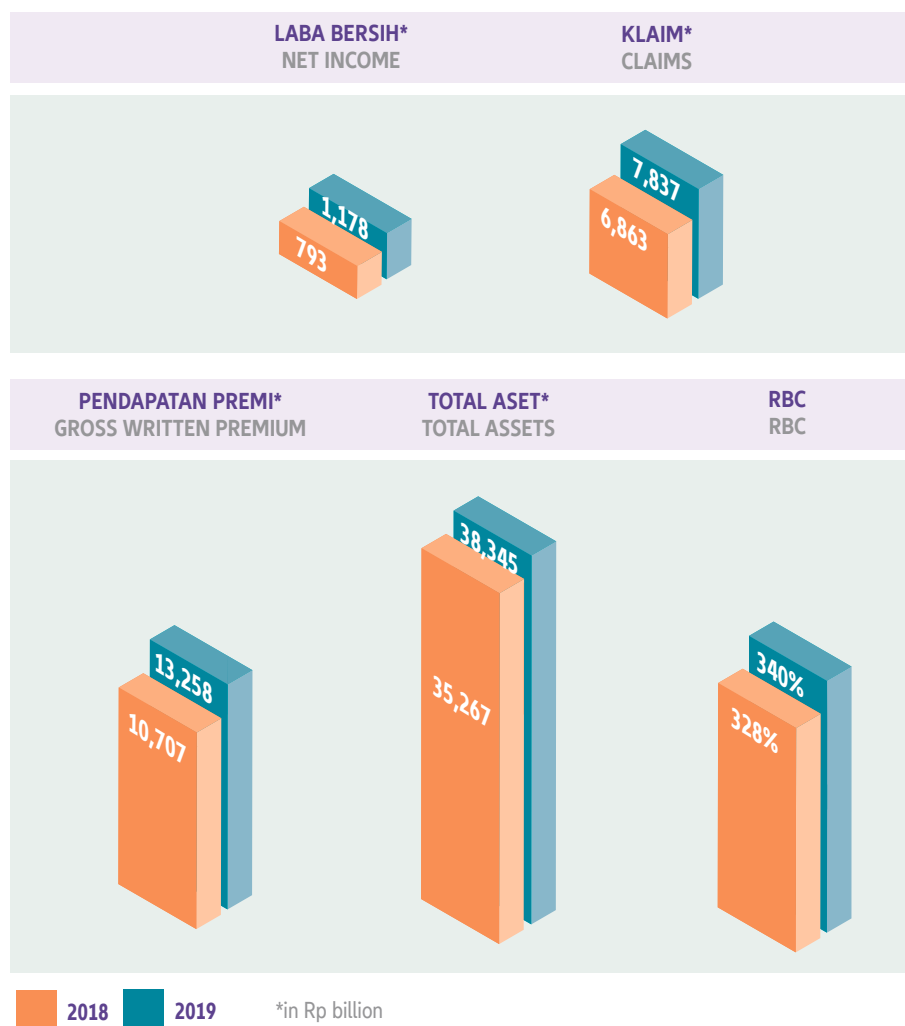
As we are determined to build an even stronger presence, especially in today's digital era, we have been executing more plans that can benefit our present and future.

We are currently focused on digitalisation in all lines of our business to increase the customer service, which includes easy access, tailored products that fit customer needs, and providing customers with an exciting experience as part of the benefit of having an insurance policy.

In our digital transformation, we endeavour to create convenience through various innovative services, such as premium payment automation, customer onboarding solutions, more personalised digital engagement for our customer loyalty program, faster claim processes, easier access to obtaining information on our products and services, and much more. This enables our agents to better serve customers with more convenient and in a timely manner.

Untuk memaksimalkan proses transformasi digital Perusahaan, tim keuangan dan akuntansi kami telah bekerjasama dengan mitra bisnis dari sektor perbankan dalam menjalankan sistem *Host to Host*, yang memungkinkan integrasi data polis dengan proses pembayaran premi, melalui ATM, over the counter, mobile banking, dan internet banking.

To streamline our digital transformation processes even further, Allianz's finance and accounting team has collaborated with a number of business partners from the banking sector for our Host to Host payment system. This collaboration has enabled the integration of policy data within the premium payment process, via ATM, over the counter, mobile banking and internet banking.



PERISTIWA PENTING

SIGNIFICANT EVENTS



09 JANUARI

Layanan Pasien CoB BPJS Kesehatan

Melalui unit bisnis Allianz Health & Corporate Solutions (AHCS) yang juga tergabung dalam Forum Asuransi Kesehatan Indonesia (FORMAKSI), Allianz Life Indonesia mendandatangani Kesepakatan Addendum Kerjasama Layanan *Cashless* atas pasien *Coordination of Benefit (CoB)* BPJS Kesehatan dengan Ramsay Sime Darby Health Care Indonesia atau RS Premier Group (RS Premier Bintaro dan RS Premier Jatinegara). Penandatanganan kesepakatan ini juga merupakan dukungan Perusahaan terhadap program kesehatan Pemerintah

BPJS Kesehatan CoB Patient Service

Through Allianz Health & Corporate Solutions (AHCS) business unit that is also a part of the Indonesian Health Insurance Forum (FORMAKSI), Allianz Life Indonesia signed a Cashless Service Cooperation Addendum Agreement for BPJS Health Coordination of Benefit (CoB) patients with Ramsay Sime Darby Health Care Indonesia or Premier Group Hospital (Premier Bintaro and Premier Jatinegara Hospitals). The signing agreement is also a means for the Company to support the Government's health programme.



16 JANUARI

ASN Recognition & Kick Off 2019

Acara *ASN Recognition & Kick Off 2019* dihadiri oleh *business partner* ASN dan juga perwakilan manajemen dan staf Allianz Indonesia. Dengan mengangkat tema "*Transform to Excellence*", ASN Kick Off 2019 memberikan apresiasi sekaligus mengajak *business partner* ASN untuk memecahkan rekor pencapaian baru di 2019.

ASN Recognition & Kick Off 2019

ASN business partners as well as representatives from Allianz Indonesia management and staff were present in the 2019 ASN Recognition & Kick Off. Supporting the theme "Transform to Excellence", the 2019 ASN Kick Off serves as an appreciation for ASN business partners and to encourage them to break new record of achievement in 2019.



18-19 JANUARI

Kick Off Bancassurance 2019

Tim Bancassurance menggelar kick off 2019 di Jakarta pada 18-19 Januari 2019 dengan tema "Transformers, Let's Reach for 10!". Selain peluncuran target, dalam acara *kick off* ini juga ada *business update* dari departemen terkait dan sesi motivasi untuk meningkatkan semangat meraih pencapaian yang lebih tinggi di 2019.

Kick Off Bancassurance 2019

Bancassurance team held the 2019 kick off on 18-19 January 2019 with the theme "Transformers, Let's Reach for 10!". In addition to target launching, the kick off also held business updates session from related departments as well as motivational speaker to boost the spirit and reach higher goal in 2019.



23 JANUARI

Indonesia Leaders Forum

Allianz Life Indonesia turut berpartisipasi pada acara Indonesia Leaders Forum 2019. Acara tersebut menyuguhkan berbagai topik yang oleh para pembicara ternama, termasuk beberapa menteri dan pemimpin bisnis. Partisipasi kami dalam acara ini juga bagian dari dukungan kami terhadap upaya pemerintah Indonesia dan para pelaku industri di sektor swasta dalam menciptakan pemimpin-pemimpin masa depan yang berkualitas di Indonesia.

Indonesia Leaders Forum

Allianz Life Indonesia participated at the Indonesia Leaders Forum 2019, held in East Java Ballroom – The Westin Jakarta. The event featured various topics delivered by eminent speakers, including some ministers and business leaders. Our participation was to support the efforts of Indonesian government and industrial players in private sector towards producing quality future leaders in Indonesia.



24 JANUARI

Deal Street Asia

Allianz Life Indonesia berpartisipasi dalam acara Dealstreet Asia Private Equity Venture Capital (PE VC) Summit 2019 yang diselenggarakan di Jakarta. Acara ini bertujuan untuk membangun koneksi antar para pelaku bisnis kreatif di sektor PE VC dan mendorong iklim investasi di Asia.

Deal Street Asia

Allianz Life Indonesia took part at the event of Dealstreet Asia Private Equity Venture Capital (PE VC) Summit 2019. Held in Jakarta, the event was designed to build connection among creative business players in the PE VC sector while keeping update with Asia's investment climate.

PERISTIWA PENTING

SIGNIFICANT EVENTS



28 JANUARI

My Finance Coach

Tanggal ini, 28 Januari 2019, menandai berakhirnya program My Finance Coach, yang merupakan program CSR kami dalam bidang literasi keuangan untuk generasi muda. Sebanyak 15.000 pelajar dibekali pengetahuan dan keterampilan yang mumpuni selama program ini berjalan. My Finance Coach diprakarsai oleh Allianz Group pada tahun 2010, dan telah diimplementasikan oleh kantor-kantor Allianz di berbagai negara. Di Indonesia, program ini dimulai pada tahun 2011.

My Finance Coach

The date, 28 January 2019, marked the completeness of My Finance Coach, our CSR programme on financial literacy for youngsters. As many as 15,000 students were equipped with necessary knowledge and skills throughout the programme. My Finance Coach was initiated by Allianz Group in 2010 and has ever since been implemented by Allianz offices in various countries. In Indonesia, the programme started in 2011.



12 FEBRUARI

Allianz Discover

Kami memperkenalkan Allianz Discover sebagai alat penjualan digital baru kami. Inovasi ini membantu agen asuransi jiwa dan kesehatan untuk memberikan perlindungan yang paling sesuai bagi kebutuhan klien mereka.

Allianz Discover

We introduced Allianz Discover as our new digital sales tool. This innovation helps life and health insurance agents to provide protections that suit best for their clients' needs.



23 FEBRUARI

We are Hope

Yayasan Allianz Peduli dan SOS Children's Village memprakarsai "We Are Hope", sebuah program yang bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan anak-anak muda, termasuk menyelenggarakan kursus Bahasa Inggris, untuk meraih dunia karir mereka di masa datang. Program ini diselenggarakan dalam rangka mendukung Tujuan Pembangunan Berkelanjutan atau yang lebih dikenal dengan *Sustainable Development Goals* (SDG), diantaranya adalah memberikan pendidikan berkualitas, serta menciptakan lapangan pekerjaan yang layak dan pertumbuhan ekonomi. SOS Children's Village adalah organisasi nirlaba yang aktif menyuarakan hak-hak anak, serta membantu mereka dalam memenuhi kebutuhan pendidikan.

We are Hope

Allianz Peduli Foundation and SOS Children's Village initiated "We Are Hope", a programme aimed at providing the necessary knowledge and skills, including conducting English course, for youngsters towards realizing their future career world. The programme was held to support Sustainable Development Goals (SDG), such as providing quality education, as well as creating decent work and economic growth. SOS Children's Village is a non-profit organisation that actively voices the right of children, including helping them realise their education needs.



4 MARET

Media Gathering Unit Link Annual Report 2018

Allianz Indonesia menggelar Pemaparan Kinerja Fund Unit Link Allianz Life Indonesia Tahun 2018 serta outlook 2019 di Allianz Tower, Jakarta (4/3). Dihadiri oleh Ni Made Daryanti, Chief Investment Officer dan Karin Zulkarnaen, *Chief Marketing Officer* Allianz Life Indonesia, yang membahas kondisi perekonomian di tingkat global dan nasional serta memberikan gambaran holistic mengenai pengelolaan dana nasabah Allianz Life Indonesia untuk terus mendukung rencana masa depan nasabah.



7-8 MARET

Jakarta Syariah Halal Festival

Allianz Life Syariah berpartisipasi dalam Jakarta Syariah Halal Festival yang mengusung tema "Arah Baru Pengembangan Ekonomi Syariah & Halal Lifestyle". Acara ini menggelar serangkaian kegiatan seperti konferensi, pameran, dan talk show. Allianz Life Syariah menjadi pembicara dalam kegiatan konferensi, bersama dengan Kementerian Koperasi & UKM, Dewan Syariah Nasional – Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI), Komite Nasional Keuangan Syariah (KNKS), Asosiasi Asuransi Syariah Indonesia (AASI), Perbankan Syariah, Asosiasi Fintech Syariah Indonesia (AFSI), Asosiasi Pengusaha Makanan dan Minuman, serta industri halal lainnya yang ada di Indonesia.



9 MARET

Life Changer Concert for Charity

Yayasan Allianz Peduli menggelar Konser Lifechanger di Allianz Ecopark, Ancol, Jakarta. Konser ini menghadirkan lebih dari 30 musisi kondang, seperti Vina Panduwinata, Harvey Malaihollo, Andra Ramadhan & Deddy Lisan, Aqi Singgih, Rieka Roslan & Reza The Groove, Soulvibe, Rendy Pandugo, dan Teddy Adhitya. Kegiatan penggalangan dana ini bertujuan untuk mengumpulkan dana yang kemudian disumbangkan kepada korban bencana alam di Lombok, Nusa Tenggara Barat, dan Sigi, Sulawesi Tengah.

Media Gathering Unit Link Annual Report 2018

Allianz Indonesia held Media Briefing of Unit Link Annual Report 2018 and 2019 Outlook at Allianz Tower, Jakarta (4/3). Presented by Ni Made Daryanti, Chief Investment Officer and Karin Zulkarnaen, Chief Marketing Officer Allianz Life Indonesia, this event was aimed to examine a holistic projection on global and national economic conditions and its impacts to fund management in Allianz Life Indonesia in order to protect our customer's future.

Jakarta Syariah Halal Festival

Allianz Life Syariah took part at the Jakarta Syariah Halal Festival, which carried the theme "New Direction for the Development of Sharia Economy & Halal Lifestyle". This event featured a series of activities, such as conference, exhibition and talk show. A representative from Allianz Life Syariah was the speaker in the conference, along with representatives from the Ministry of Cooperative & SMEs, National Sharia Board – Indonesian Ulama Council (DSN-MUI), Sharia Finance National Committee (KNKS), Indonesian Sharia Insurance Association (AASI), Sharia Banking, Indonesian Sharia Fintech Association (AFSI), F&B Entrepreneurs Association, and other halal industries in Indonesia.

Life Changer Concert for Charity

Allianz Peduli Foundation held a Lifechanger Concert in Allianz Ecopark, Ancol, Jakarta. The concert featured more than 30 Indonesian famous musicians, such as Vina Panduwinata, Harvey Malaihollo, Andra Ramadhan & Deddy Lisan, Aqi Singgih, Rieka Roslan & Reza The Groove, Soulvibe, Rendy Pandugo, dan Teddy Adhitya. The proceeds from this event were donated to the natural disaster victims in Lombok, West Nusa Tenggara, and Sigi, Central Sulawesi.

PERISTIWA PENTING

SIGNIFICANT EVENTS



14-15 MARET

CSR Festival

Yayasan Allianz Peduli menggelar CSR Festival selama dua hari berturut-turut di kantor Kelurahan Guntur dan Allianz Tower Kuningan. Acara ini bertujuan untuk berbagi dengan masyarakat sekitar terkait aktivitas-aktivitas CSR kami yang berbasis terhadap empat pilar. Beberapa kegiatan dalam acara ini diantaranya: menyediakan fasilitas berupa perpustakaan mini dan planetarium mini (pilar pendidikan), pemeriksaan kesehatan (pilar kesehatan), menyediakan stan untuk layanan pijat oleh tuna netra binaan Allianz (pilar pemberdayaan ekonomi), serta melibatkan mitra penggiat lingkungan membuka stan dalam rangka mempromosikan produk ramah lingkungan seperti produk-produk daur ulang (pilar lingkungan dan penanggulangan bencana).

CSR Festival

Allianz Peduli Foundation held a two-day festival at Guntur District office and Allianz Tower Kuningan. The event was designed to share with the surrounding public on our CSR activities that are based on our four pillars. Among the activities were facilitating mini library and mini planetarium (education pillar), medical check (health pillar), providing booth for massage by the blind who are empowered by Allianz (economic empowerment pillar), as well as featuring the booths of our environmental activists partners that promote eco-friendly products, like recycled products (environment and disaster management pillar).



16 MARET

Syariah Goes to Campus

Sebagai kelanjutan dari program "Syariah Goes to Campus", yang sudah dilaksanakan sejak akhir tahun lalu, Allianz Life Syariah menggelar Seminar Kewirausahaan Syariah dengan tema "Keutamaan Menjadi Seorang Pebisnis Syariah" di Universitas Buana Perjuangan Karawang. Acara ini bertujuan untuk meningkatkan edukasi dan mengembangkan literasi keuangan kepada generasi milenial. Kegiatan ini dihadiri lebih dari 500 peserta. Dalam acara ini, Allianz Life Syariah dan Universitas Buana Perjuangan Karawang menandatangani kerjasama untuk bersinergi melakukan edukasi dan literasi keuangan, serta kewirausahaan syariah kepada para civitas akademika di lingkungan kampus secara khusus dan masyarakat pada umumnya.

Syariah Goes to Campus

The "Syariah Goes to Campus" programme was the continuation of the one first conducted at the end of last year. This included holding a seminar themed "The Virtue of Being a Sharia Entrepreneur" at Buana Perjuangan Karawang University. This event aimed at educating and developing the millennial generation with the knowledge of financial literacy. As many as 500 participants took part at the event, which also saw the signing of the collaborative partnership between Allianz Life Syariah and Buana Perjuangan Karawang University. The partnership signing is to create synergy in conducting activities related to education and financial literacy as well as entrepreneurship particularly on campus and the community.



27 MARET

Allianz Indonesia Diundang Oleh KPK dalam FGD dan Seminar "Best Practices in managing Conflict of Interest from the Private Sector"

Allianz Indonesia yang diwakili oleh Hasinah Jusuf, Direktur Allianz Life Indonesia, diundang oleh Komisi Pemberantasan Korupsi untuk menjadi narasumber dalam seminar dan Focus Group Discussion bertajuk "Best Practices in managing Conflict of Interest from the Private Sector" di Jakarta. Allianz Indonesia, sebagai satu-satunya institusi swasta yang diundang oleh KPK, dinilai sebagai salah satu organisasi yang memiliki penerapan *good corporate governance* yang baik serta *corporate culture* dan *value* yang kuat.

Invitation from KPK on Seminar & FGD "Best Practices in managing Conflict of Interest from the Private Sector"

Allianz Indonesia, represented by Hasinah Jusuf, Director of Allianz Life Indonesia, was invited by the Corruption Eradication Commission to become the spoke person a seminar and Focus Group Discussion with the title "Best Practices in managing Conflict of Interest from the Private Sector" in Jakarta. Allianz Indonesia, as the only private institution invited by the KPK, is considered to be one of the organizations that has a good implementation of good corporate governance and a strong corporate culture and values.



10 APRIL

Program Petani Digital Allianz Indonesia (PANDAI)

Tim CSR Allianz Indonesia mengunjungi Kelompok Tani Kopi Organik di wilayah Lumajang, Probolinggo, Jember, & Banyuwangi untuk memberikan literasi keuangan ke 80 petani lokal dalam rangka implementasi program Petani Digital Allianz Indonesia (PANDAI). Inisiatif ini adalah salah satu komitmen kami untuk mendukung pemerintah dalam meningkatkan literasi finansial & inklusi finansial di Indonesia.

Petani Digital Allianz Indonesia (PANDAI) Program

Allianz Indonesia's CSR team visited Organic Coffee Farmers Group in Lumajang, Probolinggo, Jember, and Banyuwangi to promote financial literacy to 80 local farmers in there, as the implementation of PANDAI program, Petani Digital Allianz Indonesia. This initiative is part of our commitment to support government's objective in increasing financial literacy & inclusion in Indonesia.



11 APRIL

Allianz Explorer Camp

Kami mengadakan Allianz Explorer Camp Football Edition dengan serta membawa beragam kegiatan menarik untuk anak-anak agar mereka dapat mengeksplorasi bakat mereka. Allianz Explorer Camp merupakan transformasi dari Allianz Junior Football Club (AJFC) yang telah berlangsung selama 10 tahun di lingkup global, dan dilaksanakan setiap tahun sejak tahun 2012 di Indonesia.

Allianz Explorer Camp

We held Allianz Explorer Camp – Football Edition that also featured various exciting activities for children in exploring their talent. Allianz Explorer Camp is a transformation, which has been held by Allianz Global for 10 years globally and since 2012 in Indonesia.



24 APRIL

Penghargaan Perempuan Inspiratif

Ginawati Djuandi, *Chief Agency Officer* Allianz Life Indonesia menerima penghargaan Perempuan Inspiratif 2019 di acara HUT ke-3 PPLIPI (Perhimpunan Perempuan Lintas Profesi Indonesia). Ginawati merupakan sosok perempuan inspiratif dibalik suksesnya tenaga pemasar Allianz Life Indonesia. Beliau telah memberikan kontribusi yang signifikan kepada Perusahaan dengan pencapaian target angka penjualan sepanjang 10 tahun terakhir. Pencapaian ini telah memperkuat posisi Perusahaan sebagai salah satu yang terdepan di industri.

Inspiring Women Award

Ginawati Djuandi, Chief Agency Officer of Allianz Life Indonesia received "Perempuan Inspiratif" (Inspiring Woman) 2019 Award at the third anniversary of the Indonesian Women Across Professions Association. Ginawati is indeed an inspiring woman behind the success of Allianz Life Indonesia's agents. She has given a significant contribution to the Company, with outstanding target sales achievement within the last ten years, thus strengthening the Company's position as one of the leading insurance companies in the industry.

PERISTIWA PENTING

SIGNIFICANT EVENTS



2 MEI

Peluncuran BukaProteksi Diri

Allianz Life Indonesia dan Bukalapak meluncurkan produk "BukaProteksi Diri". Ini adalah produk asuransi kesehatan pertama yang memberikan pengalaman digital melalui aplikasi *marketplace* Bukalapak. Nasabah dapat dengan nyaman dan mudah melakukan registrasi, pembayaran, menerima polis dan melakukan klaim secara online.

Launch of BukaProteksi Diri

Allianz Life Indonesia and Bukalapak launched "BukaProteksi Diri". Literally meaning "Open Self Protection", the product is the first health insurance to offer digital experience through Bukalapak marketplace app. Customers can conveniently and easily make registration, payment, and receive policies, and request claims online.



15 MEI

Media Gathering #BerlipatnyaBerkah

Allianz Life Syariah mengadakan *Media Gathering* dalam rangka program #BerlipatnyaBerkah yang mewujudkan impian 25 sosok yang menginspirasi untuk berangkat ke tanah suci dan melakukan ibadah umroh. Dalam acara yang sama, Yoga Prasetyo, Pimpinan Unit Usaha Allianz Life Syariah juga menyampaikan capaian kinerja positif Allianz Life Syariah pada tahun 2018 dengan perolehan Pendapatan Premi Bruto sebesar Rp1,058 triliun, atau meningkat sebesar 4,3% dibanding tahun sebelumnya. Total Aset juga tercatat mengalami pertumbuhan, yakni sebesar 13,8% atau meningkat dari Rp 2,4 triliun menjadi Rp 2,7 triliun pada kuartal I tahun 2018, serta Dana *Tabarru'* Allianz Life Syariah di tahun 2018 juga meningkat sebesar 15,2% menjadi Rp570,1 miliar dibandingkan periode sebelumnya sebesar Rp 494,7 miliar.

Media Gathering #BerlipatnyaBerkah

Allianz Life Syariah held a Media Gathering for the program #BerlipatnyaBerkah programme which brings 25 inspiring figures to go to the holy land for Umrah. In the same event, Yoga Prasetyo, Head of the Allianz Life Syariah Business Unit also presented the positive performance of Allianz Life Syariah in 2018 that reached a Gross Premium Income of Rp 1.058 trillion, or increased by 4.3% compared to the previous year. Total assets also recorded a 13.8% growth or increased from Rp 2.4 trillion to Rp 2.7 trillion in the first quarter of 2018, and the *Tabarru'* Allianz Life Syariah Fund in 2018 also increased by 15.2% to Rp 570.1 billion compared to the previous period of Rp 494.7 billion.



26 JULI

Media Briefing Allianz X Berinvestasi di Halodoc

Allianz X, unit investasi digital Allianz Group, mengumumkan investasinya di Halodoc, sebuah *platform* layanan kesehatan online Indonesia. Pendanaan ini akan digunakan untuk mengembangkan layanan kesehatan Halodoc, dan meningkatkan ketersediaannya di lebih banyak wilayah di Indonesia

Media Briefing Allianz X Invests di Halodoc

Allianz X, digital investment unit of Allianz Group, announced its investment in Halodoc, an Indonesian online health service platform. The funding will be used to develop the Halodoc's service and boost the availability in more areas in Indonesia.



29 AGUSTUS

Women Martech Leader

Chief Marketing Officer Allianz Life Indonesia, Karin Zulkarnaen, menjadi pembicara dalam acara "Martech Lead-Hers Conclave" yang diselenggarakan oleh Netcore dan Frontier Technology. Dalam acara yang bertajuk "Engage, Inspire, Elevate", Karin membawakan presentasi dengan topik "Elevate Customers To The Next Level" dan memaparkan bagaimana Allianz terus meningkatkan engagement dan loyalty Nasabah.

Women Martech Leader

Chief Marketing Officer of Allianz Life Indonesia, Karin Zulkarnaen, present as the speaker at the "Martech Lead-Hers Conclave" organized by Netcore and Frontier Technology. In the event entitled "Engage, Inspire, Elevate", Karin presented "Elevate Customers To The Next Level" and explained how Allianz continued to improve customer engagement and loyalty.



4 SEPTEMBER

Hari Pelanggan Nasional

Bertepatan dengan Hari Pelanggan Nasional, Allianz Indonesia menghadirkan #CintaiKeluargaCintaiBumi untuk mengajak Nasabah dan masyarakat umum untuk melindungi keluarganya dengan Allianz Indonesia dan melindungi bumi dengan menggunakan e-policy dan layanan digital Allianz Indonesia.

Rangkaian kegiatan diadakan untuk Nasabah kami, seperti *Customer Gathering* di Kidzania Jakarta, sesi parenting *talk show* bersama Mona Ratuliu, Firesta Farizal (Psikolog Anak) dan Hadi Sukmono (*Product Development* Allianz Life Indonesia) tentang "Pentingnya Mengenal Bakat Anak Sejak Early", dan *roadshow* Hari Pelanggan di lima kota besar; Jakarta, Bandung, Surabaya, Denpasar dan Medan.

Customer Day 2019

In conjunction with National Customer Day, Allianz Indonesia brings #CintaiKeluargaCintaiBumi to encourage customers and public to protect their families with Allianz Indonesia and to protect the earth by using e-policy and Allianz Indonesia digital services.

A series of activities were held for our customers, such as Customer Gathering at Kidzania Jakarta, parenting talk show session with Mona Ratuliu, Firesta Farizal (Child Psychologist) and Hadi Sukmono (Product Development Allianz Life Indonesia) about "The Importance of Knowing Children's Talent Since Early", and Customer Day roadshow in five major cities; Jakarta, Bandung, Surabaya, Denpasar and Medan.



17 SEPTEMBER

Penandatanganan kerjasama dengan Rumah Sakit Permata Keluarga Husada Group

Allianz Health & Corporate Solutions (AHCS) yg tergabung dlm Forum Asuransi Kesehatan Indonesia (FORMAKSI), melakukan penandatanganan kerjasama dengan dua Rumah Sakit Permata Keluarga Husada Group (RS Permata Depok & RS Permata Bekasi) untuk layanan penjaminan langsung atas pasien *Coordination of Benefit* (CoB) BPJS Kesehatan.

MoU Signing with Permata Keluarga Husada Hospital Group

Allianz Health & Corporate Solutions (AHCS) as a member of Forum Asuransi Kesehatan Indonesia (FORMAKSI), signed an MoU with two Permata Keluarga Husada Hospital Group (RS Permata Depok & RS Permata Bekasi) in direct services for Coordination of Benefit (CoB) BPJS Kesehatan patient.

PERISTIWA PENTING

SIGNIFICANT EVENTS



18 SEPTEMBER

#AllianzSyariahIsCool

Allianz Life Syariah menggelar Seminar Akbar #AllianzSyariahIsCool yang menghadirkan pembicara seperti Yuswohady, penulis dan pakar *marketing*; Achmad Zaky, *entrepreneur* dan pakar *e-commerce*, Moch. Muchlasin, Direktur IKNB Syariah OJK, dan Shanty Apriyanti, dari komunitas agen asuransi syariah AlliSya Circle.

#AllianzSyariahIsCool

Allianz Life Syariah held a seminar with theme #AllianzSyariahIsCool. Presenting speakers such as Yuswohady, writer and marketing expert; Achmad Zaky, entrepreneur and e-commerce expert; Moch. Muchlasin, CEO of IKNB Syariah OJK; and Shanty Apriyanti from AlliSya Circle, sharia insurance agent community.



21 SEPTEMBER

World Clean Up Day

Kegiatan ini sejalan dengan kampanye kami, "Cintai Keluarga, Cintai Bumi", yang juga menandai kegiatan penanaman mangrove yang kami lakukan selama bulan Agustus - September 2019. Pada tanggal 21 September 2019, bertepatan dengan "World Clean up Day" atau hari bersih-bersih sedunia, sebanyak 3.000 pohon mangrove telah ditanam oleh karyawan Allianz Life Indonesia di hutan mangrove Muara Tawar, Bekasi.

Pada kesempatan yang sama, kami juga melakukan kegiatan membersihkan sampah di Muara Tawar sebagai wujud partisipasi kami dalam gerakan "World Clean Up Day". Sebanyak lebih dari 100 relawan karyawan Allianz Life Indonesia menjadi bagian dari 18 juta relawan dalam gerakan bersih-bersih ini yang dilaksanakan secara serentak di 157 negara.

World Clean Up Day 2019

This activity was in corresponding with our campaign, "Cintai Keluarga, Cintai Bumi", literally means "Love Your Family, Love Your Earth", which marked our mangrove planting efforts during August – September 2019. On 21 September 2019, in commemoration with World Clean up Day, we witnessed as many as 3,000 mangroves were planted by employees of Allianz Life Indonesia in Muara Tawar mangrove forest, Bekasi.

On the same occasion, we also held a waste cleaning activity in Muara Tawar, as our participation in the World Clean up Day movement. More than 100 volunteers from Allianz Life Indonesia took part of this activity. These volunteers were part of 18 million volunteers who participated in this movement in 157 countries simultaneously.



17 OKTOBER

Peluncuran Program "Tukar Sampahmu, Lindungi Dirimu" dan "Allianz Uang Duka"

Bertepatan dengan Bulan Inklusi Keuangan dan Hari Asuransi, kami melakukan perluasan segmen pemasaran untuk tiga produk kami yaitu produk asuransi jiwa mikro, produk asuransi kecelakaan diri, serta produk asuransi jiwa berjangka kumpulan kepada masyarakat kelompok *emerging consumers* melalui Program "Tukar Sampahmu, Lindungi Dirimu" dan Program "Allianz Uang Duka".

Launch of "Trade in Your Waste, Insure Yourself" and "Allianz Funeral Fund" Programmes

In coinciding with the commemoration of the Month of Financial Inclusion, and the Insurance Day, we are expanding our marketing segment for our three products to emerging customers. The three products are micro life insurance products, personal accident insurance products, and group term life insurance products. The expansion is done through "Tukar Sampahmu, Lindungi Dirimu" (Exchange Your Rubbish, Protect Yourself) and "Allianz Uang Duka" (Allianz Grief Money) programmes.



18 OKTOBER

Apresiasi Perempuan Hebat Indonesia 2019
Hasinah Jusuf, Direktur Allianz Life Indonesia menerima apresiasi "Perempuan Hebat Indonesia 2019" untuk kategori Profesional dari Harian Sindo. Hasinah sukses membawa Perusahaan meraih predikat sebagai salah satu organisasi yang memiliki penerapan tata Kelola Perusahaan yang baik.

Indonesia Eminent Woman 2019

Hasinah Jusuf, Director of Allianz Life Indonesia was awarded as "Perempuan Hebat Indonesia" (Indonesian Eminent Woman) 2019 for the professional category by Sindo Daily. Hasinah has successfully taken the Company to earn the predicate as one of the organisations implementing good corporate governance.



14 NOVEMBER

Kerjasama dengan RS Bunda Group
Allianz Indonesia bersama 10 perusahaan asuransi lainnya yang tergabung dalam Forum Asuransi Kesehatan Indonesia (FORMAKSI) melakukan penandatanganan kerjasama dengan RS Bunda Group. Kerja sama ini meliputi layanan penjaminan langsung atas pasien *Coordination of Benefit* (CoB) BPJS Kesehatan.

Collaboration with Bunda Group Hospital

Allianz Indonesia and 10 other insurance companies which are members of the Indonesian Health Insurance Forum (FORMAKSI) signed a collaboration agreement with the RS. Bunda Group. This collaboration with RS Bunda Group includes direct guarantee services for BPJS Health Coordination of Benefit (CoB) patients.



21 NOVEMBER

Wild Digital 2019
Allianz Indonesia berpartisipasi dalam acara Wild Digital 2019 yang diwakili oleh Joos Louwerier, *Country Manager & President Director* Allianz Life Indonesia. Beliau menyampaikan bahwa perusahaan asuransi itu seperti dinosaurus; besar, bertahan lama sekali dan dapat terancam punah jika tidak beradaptasi dengan kondisi saat ini.

Wild Digital 2019

Allianz Indonesia participated in Wild Digital 2019 represented by Joos Louwerier, Country Manager and President Director of Allianz Life Indonesia. He said that insurance companies are like dinosaurs; big, established over many years, risk becoming extinct if they can't adapt with current conditions.



23 NOVEMBER

Disrupto 2019
Allianz Indonesia berpartisipasi dalam acara Disrupto yang diwakili oleh Joos Louwerier, *Country Manager & President Director* Allianz Life Indonesia. Beliau menyampaikan bahwa Allianz Indonesia melakukan transformasi digital untuk bertahan di era digital, salah satu langkah nyata adalah dengan menyediakan digital ecosystem serta berkolaborasi dengan mitra digital seperti Gojek & Bukalapak.

Disrupto 2019

Allianz Indonesia participated in Disrupto represented by Joos Louwerier, Country Manager and President Director of Allianz Life Indonesia. He said that Allianz Indonesia began our digital transformation by providing digital ecosystem to customers & collaborate with digital partners such as Gojek Tech & Bukalapak to stay relevant in the market.



25 NOVEMBER

Forum Contact Center (FCC)
Allianz Indonesia ikut serta dalam Forum Contact Center (FCC) Annual Summit 2019 dengan menggelar booth bertema "Race and Win the Customer" di acara yang diprakarsai Otoritas Jasa keuangan. Peserta menggunakan "Neuro Brain Wave" untuk menjalankan "race car".

Forum Contact Center (FCC)

Allianz Indonesia participated in the 2019 Annual Summit Forum Contact Center. We exhibited our booth with the theme "Race and Win the Customer" at the event initiated by OJK. With the Neuro Brain Wave tool to run the "race car", participants must focus & collaborate to win.



7-15 DESEMBER

Pelepasan Peserta Program #BerlipatnyaBerkah
Allianz Life Syariah, bekerja sama dengan Insight Investment Management menginisiasi program #BerlipatnyaBerkah. Program ini mengundang masyarakat untuk menulis cerita tentang sosok inspiratif mereka. Sebanyak 500 cerita diposting di platform media sosial. Melalui voting, 25 cerita yang paling banyak dipilih, memenangkan hadiah melaksanakan ibadah umroh ke Tanah Suci.

Participant Take Off

#BerlipatnyaBerkah Programme
Allianz Life Syariah, in collaboration with Insight Investment Management, initiated the #BerlipatnyaBerkah (Multiple Blessings) programme, which invited the public to write a story on their inspired figures. As many as 500 stories were posted on a social media platform. Through the voting, top 25 writers were declared as the winners, and their victory enabled them to carry out the Umrah pilgrimage to the Holy Land.

PENGHARGAAN

AWARDS

20
FEB



Dianugerahkan Smartlink Dollar Managed Fund sebagai The Best Unit Link 2019 kategori mata uang campuran USD periode lima tahun oleh Investor Infovesta Unit Link Awards.

Awarded Smartlink Dollar Managed Fund as The Best Unit Link 2019 in the category of Managed Funds USD currency for the period of five years by Investor Infovest Unit Link Awards.



Dianugerahkan Smartlink Dollar Managed Fund sebagai The Best Unit Link 2019 kategori mata uang campuran USD periode 10 tahun oleh Investor Infovesta Unit Link Awards.

Awarded Smartlink Dollar Managed Fund as The Best Unit Link 2019 in the category of Managed Funds USD currency for the period of 10 years by Investor Infovest Unit Link Awards.



Dianugerahkan Smartwealth Equity Infrastructure Fund sebagai The Best Unit Link 2019 kategori Saham Denominasi Rupiah untuk periode lima tahun oleh Investor Infovesta Unit Link Awards.

Awarded Smartwealth Equity Infrastructure Fund as The Best Unit Link 2019 in the category of Rupiah Denomination Shares for the period of five years by Investor Infovest Unit Link Awards.

22
FEB



Dianugerahkan sebagai Perusahaan Inovatif dalam Menyediakan Layanan Asuransi Digital untuk kategori Asuransi Umum, pada ajang Indonesia Digital Innovation Award 2019 oleh Warta Ekonomi.

Awarded as Innovative Company in Providing Digital Insurance Service in the category of General Insurance, at the Indonesia Digital Innovation Award 2019 by Warta Ekonomi.



Dianugerahkan sebagai Perusahaan Inovatif dalam Mengembangkan Literasi Keuangan untuk UKM dan Pasar Berkembang untuk kategori Asuransi Jiwa, pada ajang Indonesia Digital Innovation Award 2019 oleh Warta Ekonomi.

Awarded as Innovative Company in Developing Digital Financial Literacy for The Micro Consumer & Emerging Markets in the category of Life Insurance, at the Indonesia Digital Innovation Award 2019 by Warta Ekonomi.



Dianugerahkan sebagai peringkat pertama Platinum pada ajang Indonesia Corporate Secretary & Communication Award IV - 2019, yang diadakan di Solo, oleh Economic Review.

Awarded with the first rank of Platinum at the Indonesia Corporate Secretary & Communication Award IV - 2019, held in Solo, by Economic Review.

22
MAR



Dianugerahkan Peringkat pertama sebagai Sales & Marketing Indonesia Terbaik pada ajang Indonesia Sales & Marketing Award ke 3 tahun 2019 oleh Economic Review.

Awarded First Indonesia's Best Sales & Marketing at the 3rd Indonesia Sales & Marketing Award 2019 by Economic Review.

28
MAR



Dianugerahi Special Mention Award for Employee & Millennial Empowerment di Indonesia Innovation Insurance Award 2019 oleh GATRA Magazine berkolaborasi dengan Thinknovate Comm.

Awarded Special Mention Award for Employee & Millennial Empowerment category at Indonesia Innovation Insurance Award 2019 held by GATRA Magazine in collaboration with Thinknovate Comm.

29
MAR



Dianugerahkan sebagai 10 Besar Perusahaan Asuransi Terpercaya pada ajang Indonesia Insurance Innovation Award 2019, yang diselenggarakan oleh ThinkNovateComm dan Gatra.

Awarded as the Top 10 Most Trusted Insurance Companies category General & Life Insurance at Indonesia Insurance Innovation Award 2019, held by ThinkNovateComm and Gatra.

11
APR



Dianugerahkan bintang lima untuk Perusahaan Smartwealth Equity Infrastructure Fund dalam Unit Link Rupiah, pada ajang Unit Link Awards ke 4 tahun 2019 oleh Infobank dan pasaRDana.

Awarded five-star award for the Company's Smartwealth Equity Infrastructure Fund in IDR Unit Link, at the 4th Unit Link Awards 2019 by Infobank and pasaRDana.

Dianugerahkan bintang lima untuk Perusahaan Grouplink Money Market Fund (2013-2018) dalam Unit Link Rupiah, pada ajang Unit Link Awards ke 4 tahun 2019 oleh Infobank dan pasaRDana.

Awarded five-star award for the Company's Grouplink Money Market Fund (2013 -2018) in IDR Unit Link, at the 4th Unit Link Awards 2019 by Infobank and pasaRDana.

Dianugerahkan bintang lima untuk Perusahaan Grouplink Money Market Fund (2015-2018), pada ajang Unit Link Awards ke 4 tahun 2019 oleh Infobank dan pasaRDana.

Awarded five-star award for the Company's Grouplink Money Market Fund (2015-2018) in IDR Unit Link, at the 4th Unit Link Awards 2019 by Infobank and pasaRDana.

PENGHARGAAN

AWARDS

24
APR



Dalam rangka memperingati Hari Kartini, Ginawati Djuandi, Chief Agency Officer Allianz Life Indonesia menerima penghargaan Inspiring Woman Award 2019 dalam rangka HUT ke-3 Perhimpunan Perempuan Lintas Profesi Indonesia (PPLIPI) di Hotel Mulia Senayan, Jakarta. Penghargaan tersebut diberikan atas pencapaiannya dalam meningkatkan penjualan secara signifikan selama sepuluh tahun terakhir.

In commemorating with Kartini Day, Ginawati Djuandi, Chief Agency Officer of Allianz Life Indonesia received an Inspiring Woman Award 2019 at the 3rd anniversary of the Association of Women of Cross Professions PPLIPI) at Hotel Mulia Senayan, Jakarta. The award was honoured for her achievement in generating significant sales for the last ten years.

16
MEI



Dianugerahkan sebagai 1st Best for Human Capital pada ajang Indonesia Human Capital Award 2019, yang diselenggarakan oleh Economic Review.

Awarded Best for Human Capital at the Indonesia Human Capital Award 2019, organised by Economic Review.



Dianugerahkan Peringkat kedua asuransi jiwa konvensional pada ajang Digital Brand Awards ke 8 tahun 2019 oleh infobank dan isentia.

Awarded 2nd rank for the conventional general & life insurance at the 8th Digital Brand Awards 2019 by Infobank and Isentia.

27
MEI



Dianugerahkan oleh Warta Ekonomi sebagai Most Admired Companies Indonesia 2019 - Millennial Choice untuk kategori asuransi jiwa.

Awarded by Warta Ekonomi as Most Admired Companies Indonesia 2019 – Millennial Choice for life insurance category.

04
JULI



Dianugerahkan sebagai Asuransi Jiwa Syariah Terbaik sebagai Investasi yang Menguntungkan” untuk kategori perusahaan asuransi jiwa dengan aset di atas Rp1,25 triliun oleh Karim Consulting Indonesia.

Awarded “The Best Islamic Life Insurance in Profitable Investment” in the category of life insurance companies with assets above Rp1.25 trillion by Karim Consulting Indonesia.

25
JULI



Dianugerahkan kepada Allianz Life Indonesia berdasarkan empat aspek, yaitu Kualitas, Kinerja, Tanggung Jawab, dan Daya Tarik. Berdasarkan kategori perusahaan dengan total aset di atas Rp 20 triliun, Allianz Life Indonesia berhasil meningkatkan Corporate Image Index (CII) dari di bawah 1 menjadi di atas 1 atau setara dengan “sangat baik” oleh Corporate Image Award 2019 dari majalah Marketing dan lembaga survei Frontier.

Awarded based on the four aspects, namely Quality, Performance, Responsibility and Attractiveness. Based on the category of the company with total assets above Rp 20 trillion, Allianz Life Indonesia has successfully increased its Corporate Image Index (CII) from below 1 to above 1 or equivalent to “being excellent” by Corporate Image Award 2019 from Marketing magazine and Frontier survey institution. .

02
AGS



Dianugerahkan Service Quality Award 2019 untuk kategori Layanan Konvensional untuk Asuransi Jiwa, dan Kesehatan.

Awarded Service Quality Award 2019 for the categories of Conventional Service for Life, and Health Insurance.

22
AGS



Dianugerahkan sebagai Asuransi Syariah Terbaik kategori asuransi jiwa syariah dengan total aset di atas Rp1 triliun pada ajang Best Syariah 2019 yang diselenggarakan oleh Majalah Investor.

Awarded as the Best Sharia Insurance in the category of sharia life insurance with total assets above Rp1 trillion. The event, Best Syariah 2019, was held by Investor Magazine.

PENGHARGAAN

AWARDS

Top Business dan Asia Business Research Center dianugerahkan kepada Allianz Life Indonesia untuk:
Top Business and Asia Business Research Center were bestowed upon Allianz Life Indonesia for the Company's:

28
AGS



Dianugerahkan Top Life Insurance 2019 bidang peningkatan laba.

Awarded Top Life Insurance 2019 in Increased Profit Area, by TopBusiness and Asia Business Research Center.



Dianugerahkan Top Life Insurance 2019 dengan aset Rp10-15 triliun.

Awarded Top Life Insurance 2019, with Rp 10-15 Triliun asset, by TopBusiness and Asia Business Research Center.



Jan-Joris Louwerier dinobatkan sebagai Top CEO Life Insurance 2019 pada ajang Top Insurance 2019 yang diselenggarakan oleh Top Business and Asia Business Research Center.

Jan-Joris Louwerier was crowned as Top CEO Life Insurance 2019 at Top Insurance 2019, held by Top Business and Asia Business Research Center.

28
AGS



CFO Allianz Life Indonesia, Meylindawati, dinobatkan sebagai salah satu CFO terbaik pada ajang Indonesia Best CFO 2019 dari majalah SWA. Penghargaan tersebut diberikan atas prestasinya dalam transformasi keuangan.

The CFO of Allianz Life Indonesia, Meylindawati, was named as one of the Best CFO at the Indonesia Best CFO 2019 from SWA magazine. The award was honoured for her achievement in finance transformation.

19
SEP



Allianz Indonesia mendapatkan penghargaan sebagai The Best Employee Volunteer di Best Corporate Sustainability Initiatives 2019 oleh MIX & SWA Magazines.

Allianz Indonesia was recognised as The Best Employee Volunteer at Best Corporate Sustainability Initiatives 2019 by MIX & SWA Magazines.

25
OKT



Allianz Indonesia mendapatkan penghargaan sebagai Asuransi Jiwa Unit Usaha Syariah Paling Efisien 2019. Penghargaan tersebut dianugerahkan kepada Perusahaan pada ajang Infobank Sharia Awards.

Awarded as the Most Efficient Sharia Business Unit Life Insurance 2019. The award was bestowed upon the Company at the Infobank Sharia Awards.



Allianz Indonesia mendapatkan penghargaan sebagai Syariah Terbaik di bidang Kinerja Finansial. Penghargaan tersebut dianugerahkan kepada Perusahaan pada ajang Infobank Golden Awards.

Awarded as Sharia with Predicate Excellent in Financial Performance 2014-2018. The award was bestowed upon the Company at the Infobank Golden Awards.

21
NOV



Mendapat penghargaan sebagai Market Leader of Life Insurance pada ajang Insurance Market Leader Award 2019 yang diselenggarakan oleh Media Asuransi.

Awarded as Market Leader of Life Insurance at the 2019 Insurance Market Leader Award by Media Asuransi.

05
DES



Mendapatkan penghargaan Brand Awareness dan Brand Image Perusahaan dalam kategori Millennial's Admirable Brand in General Insurance dengan aset di bawah Rp5 triliun oleh RRI dan Iconomics

Awarded for the Company's Brand Awareness, Brand Image in the category of Millennial's Admirable Brand in General Insurance with the assets below by RRI and Iconomics. Rp5 trillion.



Mendapatkan penghargaan Brand Image Perusahaan dalam kategori Millennial's Best Brand in Life Insurance dengan aset di atas Rp10 triliun oleh RRI dan Iconomics.

Awarded for the Company's Brand Image in the category of Millennial's Best Brand in Life Insurance with the assets above Rp10 trillion by RRI and Iconomics

13
FEB
2020



Country Manager & Direktur Utama Allianz Life Indonesia, Joos Louwerier, meraih penghargaan sebagai salah satu The Best CEO 2019 dari Majalah SWA. Penghargaan ini diperoleh dari hasil penilaian kepemimpinan CEO berdasarkan konsep Four Roles of Leadership: perintis, penyalaras, pemberdaya, dan panutan.

President Director, Joos Louwerier, was one of the award recipients of The Best CEO 2019 from SWA Magazine. The award was given as the result of the CEO leadership assessment, which is based on the following concept of Four Roles of Leadership: pioneer, harmoniser, empowering figure, and role model.

KAMPANYE PEMASARAN & BRANDING

BRANDING & MARKETING CAMPAIGNS



CINTAI KELUARGA, CINTAI BUMI

Mengangkat tema “Cintai Keluarga Cintai Bumi”, Allianz Indonesia mengajak seluruh nasabah untuk memperoleh pengalaman dari layanan digital yang disediakan oleh Allianz, antara lain *e-submission* – pengajuan aplikasi asuransi secara elektronik, *e-policy* – polis yang dikirimkan secara elektronik hanya dalam waktu lima menit sejak aplikasi diajukan melalui Allianz Discover, serta penggunaan layanan Allianz eAZy Connect – portal *online* yang dapat diakses oleh nasabah untuk memperoleh informasi tentang polis, seperti manfaat dari produk yang dibeli dan performa hasil investasi.

Selain itu kami juga mengadakan *customer event* di Kidzania yang bekerjasama dengan Kiss FM dengan tema “Protecting Your Future, Protecting The Earth”, dengan menyuguhkan *talk show* dan *financial board game* bagi orang tua yang mengantar anaknya bermain di Kidzania, dengan total peserta 350 orang.

Beragam aktivitas di atas diselenggarakan dalam rangka merayakan Hari Nasabah Nasional, Ulang Tahun Allianz Life ke 23, serta *World Cleanup Day*, sekaligus menunjukkan komitmen Perusahaan untuk mengurangi penggunaan kertas dengan menyediakan berbagai layanan dalam bentuk digital.

CINTAI KELUARGA, CINTAI BUMI

Carrying the theme “Cintai Keluarga Cintai Bumi”, literally meaning “Love Our Family, Love Our Earth”, Allianz Life Indonesia invited all customers to try the company’s digital services through e-submissions. This digital service allows for the submission of insurance applications electronically; e-policy that can send policies electronically within five minutes of the application being submitted via Allianz Discover; Allianz eAZy Connect, an online portal service where customers can check the benefits of the products they have purchased, and view their investment performance online.

In addition, we held a customer event at Kidzania in collaboration with Kis FM. Carrying the theme “Protecting Your Future, Protecting the Earth”, the event featured talk shows and financial board games for parents who attended with their children. A total of 350 participants took part in this event.

These events were held to celebrate National Customer Day, Allianz Life Indonesia’s 23rd Anniversary, and World Clean-up Day; and as part of the company’s commitment to reducing paper usage by converting to digital based services.



ALLIANZ EXPLORER CAMP

Allianz Indonesia menggelar Allianz Explorer Camp - Football Edition dengan membawa beragam kegiatan menarik untuk anak mengeksplorasi minat dan bakat mereka. Allianz Explorer Camp merupakan transformasi dari Allianz Junior Football Club (AJFC) yang telah berlangsung selama 10 tahun di lingkup global dan dilaksanakan setiap tahun oleh Allianz Indonesia sejak tahun 2012.

Kegiatan ini mengajak para penjelajah muda dari seluruh dunia untuk belajar keterampilan, pola pikir, dan kepercayaan diri untuk menggali potensi dan keberanian mereka. Kegiatan yang bisa dieksplorasi oleh anak-anak terdiri dari kegiatan *on pitch*, yaitu berlatih sepak bola dengan para pelatih FC Bayern Munich, dan juga kegiatan *off pitch* yang akan mengeksplorasi topik-topik di luar sepakbola seperti kegiatan pengembangan diri, kepemimpinan yang dikemas menarik untuk anak.

Peserta akan mengikuti serangkaian tes fisik dan tes kemampuan sepakbola yang diseleksi langsung oleh legenda FC Bayern Munich, Martin Demichelis. Dari proses tersebut akan dipilih 10 anak pemberani, 8 anak akan mengikuti Asia Camp di Singapura pada bulan Juli 2019 dan 2 anak akan terbang ke Jerman untuk mengikuti Munich Camp pada bulan Agustus 2019.

ALLIANZ EXPLORER CAMP

Allianz Life Indonesia held the Allianz Explorer Camp - Football Edition, which featured various exciting activities for children to explore their interests and talents. The Allianz Explorer Camp is an extension from the Allianz Junior Football Club (AJFC), which has been running for 10 years throughout the world, and has been held annually since 2012.

This camp invited young explorers from all corners of the world to learn new skills, develop new mindsets, and build self-confidence, so that they can unearth their potential and boost their courage. Children had the opportunity to participate in football workshops with coaches from Bayern Munich Football Club, and other self-development and leadership activities.

Participants took a series of football skills tests, and the legendary football coach from Bayern Munich football club, Martin Demichelis, selected eight brave and talented children to join; the Asia Camp in Singapore in July 2019, and two special talents went to Germany to join Munich Camp in August 2019.

KAMPANYE PEMASARAN & BRANDING

BRANDING & MARKETING CAMPAIGNS



ALLIANZ WORLD RUN 2019

Allianz Life Indonesia kembali ikut serta dalam program tahunan Allianz World Run 2019 yang merupakan sebuah program lari amal tahunan dari Allianz Group untuk mengumpulkan kilometer agar dapat dikonversi menjadi bantuan hunian sementara bagi masyarakat terdampak gempa bumi di Lombok. Pelari berhasil mengakumulasikan lebih dari 150.000 km yang dikonversikan menjadi 10 unit hunian sementara (huntara) senilai total Rp355.820.896.

Sebanyak 6 orang pelari dengan sumbangan kilometer terbesar berkesempatan untuk ikut serta dalam acara Maybank Marathon Bali 2019. Sedangkan 2 orang dengan kisah paling inspiratif berkesempatan untuk berpartisipasi di Allianz World Run 2019 Series di Khao Yai, Thailand.

Allianz Indonesia mengapresiasi semua pihak yang terlibat dalam program ini sebagai bukti kepedulian untuk kemanusiaan.



ALLIANZ WORLD RUN 2019

Allianz Life Indonesia participated in the Allianz Group's annual charity run. Participants collected their kilometres to be converted into temporary shelter assistance for the victims of the earthquake in Lombok. Runners accumulate more than 150,000 km, which was converted into the construction of 10 temporary housing units (huntara) worth a total of Rp355,820,896. A remarkable achievement!

A total of six runners with the largest contribution of kilometres were invited to participate in the 2019 Maybank Marathon Bali. Meanwhile, two participants with the most inspiring stories were invited to be the participants at Allianz World Run 2019 Series in Khao Yai, Thailand.

Allianz Life Indonesia appreciates the kind efforts of all involved in this worthy cause and is part of how the Company gives back to the community.



ALLIANZ SWEAT CHALLENGE

Sebuah *movement* yang dimulai sejak awal 2017 di Allianz Ecopark, Ancol. *Movement* ini merupakan rangkaian dari berbagai jenis olahraga bersama dengan instruktur profesional. Olahraga yang dilakukan pun beragam, mulai dari *pound fit*, yoga, zumba, dan lain-lain. Setiap dua pekan sekali Allianz Sweat Challenge hadir dengan konsep olahraga reguler dan setiap dua bulan sekali Allianz Sweat Challenge mengadakan acara *Big Bang*. Acara besar ini menyediakan berbagai hiburan serta kegiatan seru lainnya sekaligus berolahraga.

Di tahun 2019 Allianz mengembangkan *movement* ini hingga keluar Jakarta. Tercatat lebih dari 2.000 peserta turut hadir dalam kegiatan yang kami selenggarakan di Jakarta, Medan, Surabaya, dan Denpasar.

MAYBANK MARATHON

Allianz Life Indonesia kembali berpartisipasi dalam Maybank Bali Marathon yang merupakan salah satu kompetisi lari maraton bergengsi di dunia. Acara marathon ini diadakan pada bulan September 2019 bertempat di Gianyar, Bali.

Di tahun 2019 ini, Allianz Life Indonesia memberikan perlindungan kepada 11.600 pelari dari 50 negara dengan berbagai manfaat antara lain manfaat rawat jalan, rawat inap, hingga santunan meninggal dunia.

ALLIANZ SWEAT CHALLENGE

This is a movement that started at the beginning of 2017 in Allianz Ecopark, Ancol. The Allianz Sweat Challenge, held bi-weekly, features various types of sports, such as Pound Fit, Yoga, Zumba, among others. Every two months, the Allianz Sweat Challenge holds Big Bang event featuring not only sports but also entertainment and other exciting activities.

In 2019, Allianz Life Indonesia expanded this movement beyond Jakarta, to Medan, Surabaya, and Denpasar. As many as 2,000 participants took part in this fun event.

MAYBANK MARATHON

Allianz Life Indonesia took part in one of the most prestigious marathon competitions in the world, the Maybank Bali Marathon, held in September 2019 in Gianyar, Bali.

In 2019, Allianz Life Indonesia provided protection to 11,600 runners from 50 countries with various benefits, including outpatient, hospitalisation, and death benefits.

KAMPANYE PEMASARAN & BRANDING

BRANDING & MARKETING CAMPAIGNS



NONTON BARENG ALLIANZ SMART POINT

Allianz Life Indonesia sangat mengapresiasi loyalitas para nasabah. Hal ini diwujudkan dengan acara Nonton Bareng Allianz *Smart Point* yang mengajak para nasabah untuk bersama-sama menonton bareng film *box office* di bioskop dengan hanya menukarkan Allianz *Smart Point* mereka. Di tahun 2019, Nonton Bareng Allianz *Smart Point* diadakan sebanyak 11 kali bersama para Nasabah di 11 kota di Indonesia dan diikuti lebih dari 2,700 Nasabah.

YOUNG ON TOP 2019

Allianz Indonesia menjadi bagian dalam rangkaian acara *Young On Top National Conference 2019* yang diadakan di 10 kota di Indonesia. Dihadiri oleh 14.466 peserta yang berasal dari generasi *millennial*, Allianz menargetkan untuk dapat merekrut agen *millennial* melalui program *Lifechanger*.

Besarnya potensi generasi muda mendorong Perusahaan untuk memberikan peluang kesuksesan bagi mereka sebagai para agen *millennial*.

ALLIANZ SMART POINT 'NOBAR'

As a means of appreciating the loyalty of its customers, Allianz Life Indonesia held a viewing gathering, locally known as "nonton bareng (nobar)". We invited our customers to join us for "nobar". By redeeming their Allianz Smartpoints, they can watch a box office film together with other customers as well as with the Allianz management and staff. In 2019, we held Allianz Smart Point "Nobar" on 11 occasions, with more than 2,700 customers from 11 cities across Indonesia joining the crowd.

YOUNG ON TOP 2019

Allianz Life Indonesia took part in a series of 2019 Young On Top National Conference events, held in 10 cities across Indonesia. Attended by 14,466 young millennials, the event gave us the opportunity to recruit young agents through the Lifechanger programme. We are always looking to tap into the talent and potential of the younger generation and offer them life changing career opportunities to become millennial agents.

The Company acknowledges the potential of the younger generation, hence providing opportunities to become Millennial Agents.



ALLIANZ PLATINUM GOLF TOURNAMENT

Allianz Life Indonesia menyelenggarakan Allianz Platinum Golf Tournament 2019 sebagai bentuk apresiasi Allianz Life Indonesia terhadap para nasabah platinum. Acara yang digelar di Damai Indah Golf, Pantai Indah Kapuk pada bulan April 2019 ini, melibatkan sebanyak 150 peserta dalam kompetisi tahunan yang sudah diselenggarakan sejak 2013 .

Kehadiran atlet golf putri nasional, Marcella Pranovia, membuat turnamen kali ini terasa spesial. Para peserta berkesempatan untuk ikut dalam sesi "Beat the Beauty" dimana mereka berpartisipasi dalam tantangan yang diberikan oleh pegolf nasional tersebut.

#BERLIPATNYA BERKAH

Allianz Life Syariah, lini bisnis syariah dari PT Asuransi Allianz Life Indonesia, menginisiasi program #BerlipatnyaBerkah, yang dilandasi keyakinan bahwa berbuat baik kepada sesama akan mendatangkan keberkahan yang berlipat.

Program #BerlipatnyaBerkah mengajak masyarakat untuk menuliskan cerita mengenai sosok inspiratif dalam kehidupan mereka pada akun media sosial. Lebih dari 500 cerita yang terkumpul, terdapat 25 cerita terbaik berdasarkan voting terpilih untuk diberangkatkan ke Tanah Suci untuk melaksanakan ibadah umroh pada tanggal 7 – 15 Desember 2019.

ALLIANZ PLATINUM GOLF TOURNAMENT

Allianz Life Indonesia held the Allianz Platinum Golf Tournament 2019 in appreciation of our platinum customers. As many as 150 participants took part in this event, held in April at Damai Indah Golf, Pantai Indah Kapukin this annual event has been running for the past six years.

National golf athlete, Marcella Pranovia, made the 2019 tournament special by offering participants the chance to challenge her in a "Beat the Beauty" session. Marcella displayed great sportsmanship and challengers were delighted to have the opportunity to meet this fine champion.

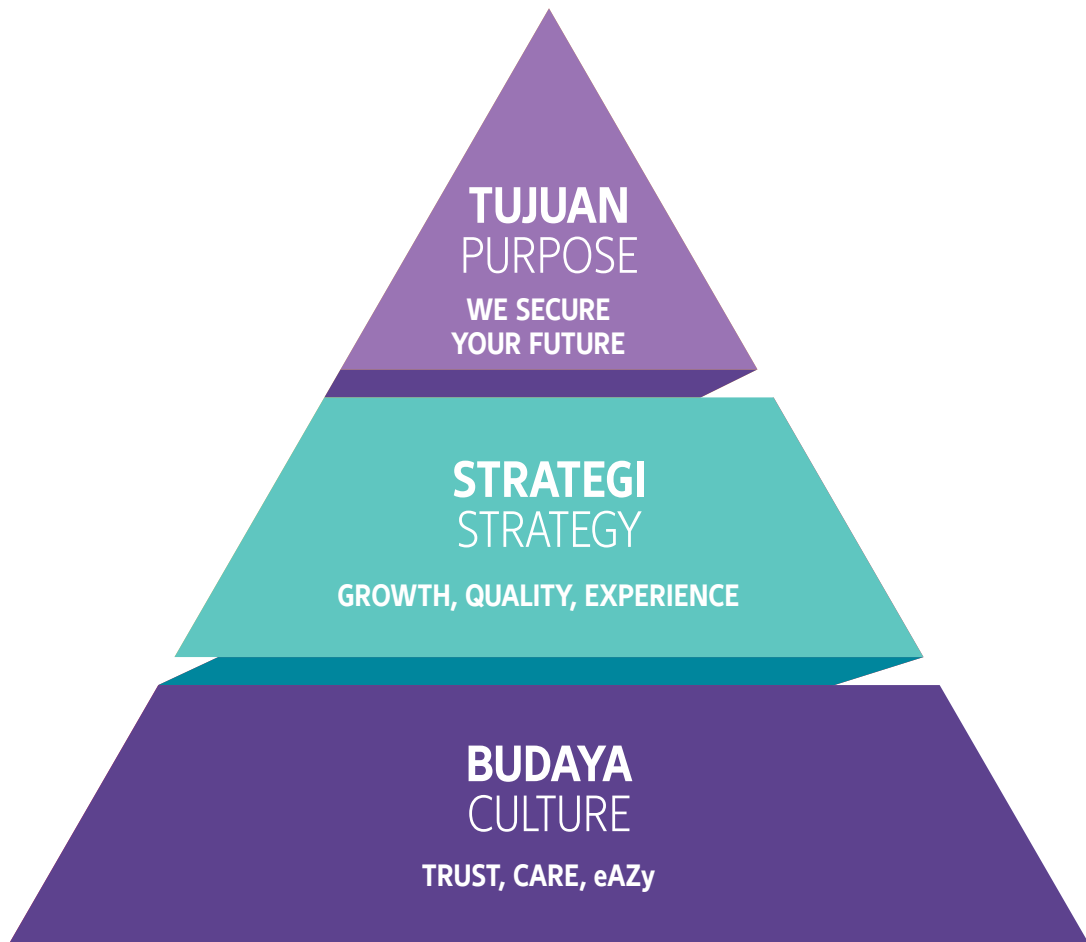
#MULTIPLEBLESSINGS

Allianz Life Syariah, the sharia business unit of Allianz Life Indonesia initiated a programme called #BerlipatnyaBerkah, which literally means "more blessings".

The program invited the public to write a story about an inspired figure in their life on a social media platform. Out of the 500 stories we posted, our followers voted for the top 25 most inspiring stories and we awarded the writers a free Umrah Pilgrimage to the Holy Land on 7-15 December 2019.

TUJUAN, STRATEGI & BUDAYA

PURPOSE, STRATEGY & CULTURE



TUJUAN
PURPOSE

WE SECURE YOUR FUTURE

Masa Depan Anda Aman Bersama Kami

Inilah landasan dari semua yang kami lakukan di Perusahaan kami. Setiap hari kami berkomitmen untuk melindungi masa depan orang-orang yang kami cintai, yaitu para nasabah dan komunitas kami. Komitmen ini telah tertanam dan sudah menjadi kepribadian Perusahaan kami.

This is why we Do what we Do. Every day we commit ourselves to secure the future of our loved ones, our Customers and our communities. This is embedded in our personal and in our Company DNA.

STRATEGI
STRATEGY

GROWTH

Pertumbuhan

Kami mengungguli pasar dengan memastikan pertumbuhan yang signifikan dan **memberikan perlindungan kepada lebih banyak orang.**

We Outperform the market by ensuring double digit Growth and **insuring more people.**

QUALITY

Kualitas

Kami berkomitmen pada standar kualitas tertinggi dan selalu menyeimbangkan kembali berbagai Produk, Investasi, dan Distribusi kami demi memaksimalkan kualitas seluruh produk kami.

We commit to the highest Quality standards and always Rebalance our Product, Investment, and Distribution mix to maximise value creation.

EXPERIENCE

Pengalaman

Kami selalu bertransformasi dan berinovasi dalam proses dan sistem kinerja kami demi memenuhi keinginan dan memberikan pengalaman unik bagi para nasabah, distributor dan karyawan.

We Transform and innovate our processes and systems to deliver unique Customer, Distributor and Employee Experiences

BUDAYA
CULTURE

TRUST, CARE, eAZy

Percaya, Peduli, eAZy

Budaya kami telah membentuk dasar dari bagaimana kami bekerja sama dan bagaimana kami memperlakukan para Nasabah & komunitas kami. Nilai-nilai kami menjadi nyata dalam *tagline* kami: #HappyLifeMadeeAZy!

Our Culture forms the foundation of how we work together and how we treat our Customers & communities. Our values come to life in our tagline: #HappyLifeMadeeAZy!

PROFIL KOMISARIS

COMMISSIONERS PROFILE



AARON MITCHELL FRYER

Komisaris Utama | President Commissioner
Warga Negara Australia | Australian Citizen

Bergabung dengan Perusahaan sejak Oktober 2019. Sebelumnya menjabat sebagai Regional Chief Finance Officer di Allianz SE cabang Singapura. Mempunyai sepak terjang yang handal di industri asuransi dengan mengambil peran kepemimpinan di berbagai perusahaan, seperti Prudential Life Assurance Indonesia, Prudential Vietnam Assurance, PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia, Manulife Financial (Singapura), dan ING Australia. Beliau mendapatkan gelar Sarjana Teknik (honours) dari Newcastle University, Australia.

Joined the Company 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 Engineering (honours) from Newcastle University, Australia.



ARIF FIRMAN

Komisaris Independen | Independent Commissioner
Warga Negara Indonesia | Indonesian Citizen

Menjabat sebagai Komisaris Independen sejak November 2007. Sebelumnya pernah bekerja di Central Asia, Maskapai Reasuransi Indonesia, Asuransi Wuwungan, dan Allianz Utama Indonesia. Jabatan terakhir sebelum pengangkatannya adalah sebagai Direktur di Asuransi Central Asia. Beliau lulus dari Fachhochschule Köln, Jerman, pada tahun 1977.

He has been Independent Commissioner since November 2007. Previously, he worked at Central Asia, Maskapai Reasuransi Indonesia, Asuransi Wuwungan, and Allianz Utama Indonesia. His last position prior to his appointment was as Director of Asuransi Central Asia. He graduated from Fachhochschule Köln, Germany, in 1977.



AHMAD JUNAEDY GANIE

Komisaris Independen | Independent Commissioner
Warga Negara Indonesia | Indonesian Citizen

Menjabat sebagai Komisaris Independen sejak April 2015. Sebelumnya pernah bekerja di Asuransi AIG Indonesia, Asuransi Cigna, dan AON Indonesia. Saat ini beliau juga menjabat sebagai Komisaris Independen di Asuransi Allianz Utama Indonesia. Jabatan terakhirnya sebelum diangkat sebagai Komisaris Independend Perusahaan adalah sebagai Direktur di BNI Life Insurance. Beliau lulus dari Universitas Padjajaran di bidang Hukum Bisnis dengan gelar Magister dan Doktor masing-masing pada tahun 2006 dan 2009.

He has been Independent Commissioner since April 2015. Previously, he worked at Asuransi AIG Indonesia, Asuransi Cigna, and AON Indonesia. Currently, he also serves as 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.

PROFIL DIREKSI

DIRECTORS PROFILE



JAN-JORIS LOUWERIER

Direktur Utama | President Director
Warga Negara Belanda | Dutch Citizen

Menjabat sebagai Presiden Direktur Perusahaan sejak tahun 2017. Sebelum bergabung dengan Allianz Group pada tahun 2013, beliau pernah bekerja di ING Group dan Postbank, dengan posisi terakhir sebagai President & Chief Executive Officer Allianz Life Korea. Beliau meraih gelar Sarjana Ilmu Politik dari Universitas Amsterdam, dan meraih gelar Master of Business Administration dari UCLA Anderson, Los Angeles and National University of Singapore.

Appointed as President Director since 2017. Prior to joining Allianz Group in 2013, he had worked at the ING Group and Postbank, with his last position as President & Chief Executive Officer of Allianz Life Korea. He graduated with a Political Science degree from Amsterdam University, and with a Master of Business Administration degree from UCLA Anderson, Los Angeles and National University of Singapore.



BIANTO SURODJO

Direktur | Director
Warga Negara Indonesia |
Indonesian Citizen

Diangkat sebagai Direktur Perusahaan pada bulan Maret 2019. Sebelumnya, beliau menjabat berbagai posisi di sejumlah perusahaan, di antaranya sebagai Direktur yang membawahi Perbankan Ritel di Permata Bank (2013-2018); Head of Retail Liabilities, Wealth Management & e-Channel di Permata Bank (2010-2013); dan Head of Premier & Wealth Management di Barclays Bank (2009-2010). Meraih gelar Sarjana Teknik Kimia dari Institut Teknologi Bandung.

Appointed as Director since April 2019. Previously, he held various positions at a number of corporations, among them as Director, in charge of Retail Banking, Permata Bank (2013-2018); Head of Retail Liabilities, Wealth Management & e-Channel, Permata Bank (2010-2013); and Head of Premier & Wealth Management, Barclays Bank (2009-2010). He holds a Chemical Engineering degree from Bandung Institute of Technology.



TODD ROBERT SWIHART

Direktur | Director
Warga Negara Amerika | US Citizen

Menjabat sebagai Direktur Perusahaan sejak 2010. Sebelum bergabung dengan Allianz Group pada tahun 2001, beliau pernah bekerja di John Hancock Mutual Insurance Company, dengan posisi terakhir sebagai Regional Manager, Operations di Allianz Insurance Management, Singapura. Ia lulus dari University of Minnesota, Minneapolis, AS, pada tahun 1993, dan dari Metropolitan State University, St. Paul, AS, pada tahun 2005.

Appointed as Director since 2010. Prior to joining Allianz Group in 2001, he had worked at John Hancock Mutual Insurance Company, with his last position as Regional Manager, Operations at Allianz Insurance Management, Singapore. He graduated from University of Minnesota, Minneapolis, US, in 1993, and from Metropolitan State University, St. Paul, US, in 2005.



KARIN ALKRINA ZULKARNAEN

Direktur | Director
Warga Negara Indonesia |
Indonesian Citizen

Diangkat sebagai Direktur Perusahaan pada 29 Juli 2019. Sebelumnya pernah menjabat sebagai Head of Central Sales Services di PT Asuransi Allianz Life Indonesia; Head of Market Management di PT Asuransi Allianz Life Indonesia; Sales Development Head di Bank OCBC NISP. Beliau meraih gelar Bachelor of Science (Hons) di bidang Psikologi dari University of Warwick, Inggris; Master of Science dalam Hubungan Industrial & Manajemen Personalia dari London School of Economics, Inggris; dan Diploma Pascasarjana Pemasaran dari Chartered Institute of Marketing, Inggris.

Appointed as Director since 2019. Previously, she was Head of Central Sales Services, PT Asuransi Allianz Life Indonesia, Head of Market Management, PT Asuransi Allianz Life Indonesia. Her portfolio also includes working as Sales Development Head, Bank OCBC NISP. She holds a Bachelor of Science (Hons) in Psychology from the University of Warwick, UK; Master of Science in Industrial Relations & Personnel Management, London School of Economics, UK; and Postgraduate Diploma in Marketing, Chartered Institute of Marketing, UK.



HASINAH JUSUF

Direktur | Director
Warga Negara Indonesia |
Indonesian Citizen

Diangkat sebagai Direktur Perusahaan pada 13 April 2018. Beliau telah memiliki pengalaman lebih dari satu dekade di industri asuransi. Sebelum bergabung dengan Allianz Life Indonesia, beliau menempati berbagai posisi kepemimpinan di PT Tokio Marine Life Insurance Indonesia, PT Avrist Assurance, dan PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia. Beliau meraih gelar Sarjana Hukum dari Universitas Trisakti.

Appointed as Director since 2018. She has had over a decade of experience in the insurance industry. Prior to joining Allianz Life Indonesia, she took various leadership positions at PT Tokio Marine Life Insurance Indonesia, PT Avrist Assurance, and PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia. She holds a Bachelor's degree in Law from the University of Trisakti.



MEYLINDAWATI

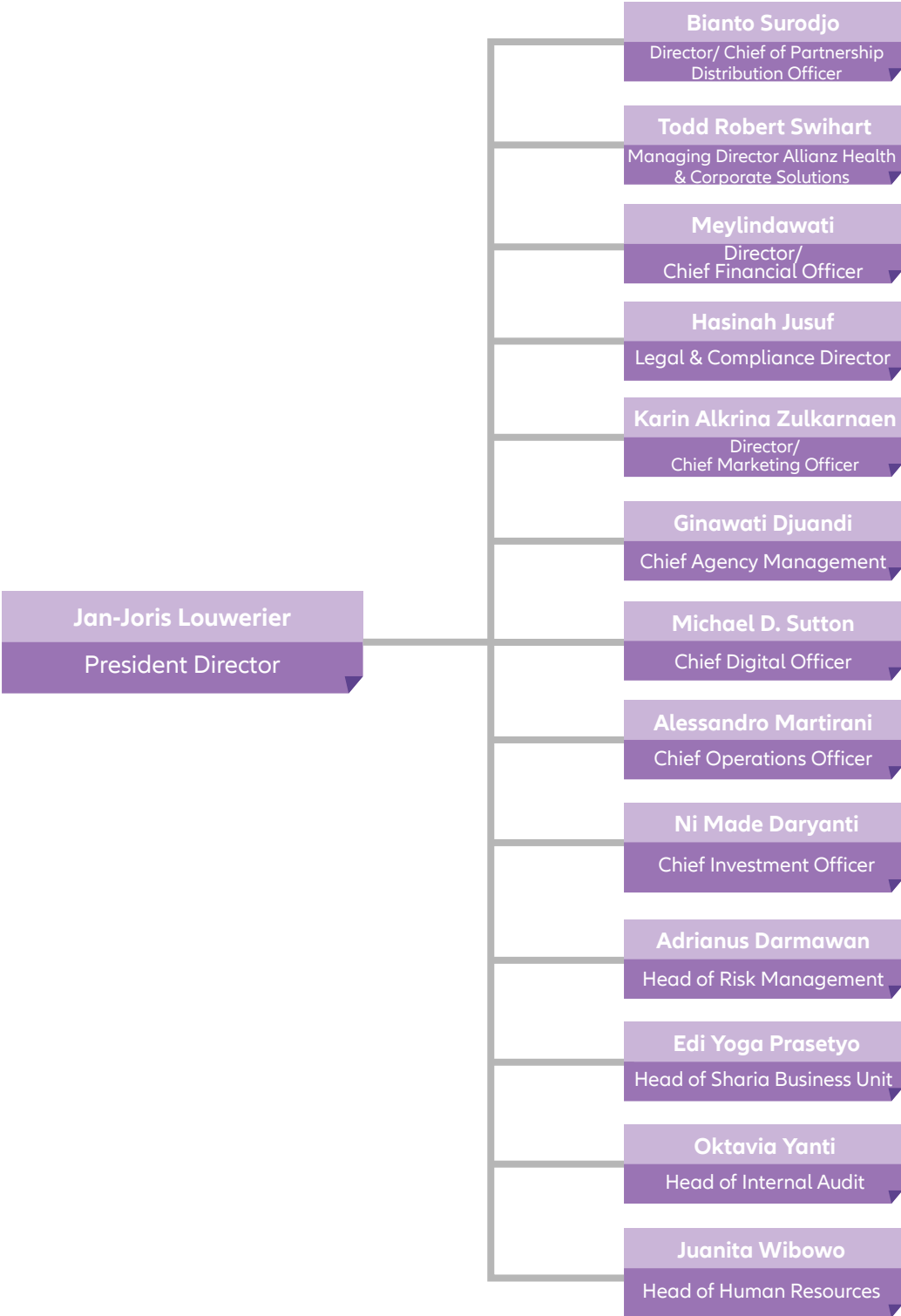
Direktur | Director
Warga Negara Indonesia |
Indonesian Citizen

Diangkat sebagai Direktur Perseroan pada tahun 2012 dengan jabatan Chief Finance Officer. Sebelumnya, beliau menjabat berbagai posisi di Perusahaan, antara lain sebagai Kepala Keuangan & Akuntansi, Manajer Umum Akuntansi, Manajemen Pajak dan Risiko, dan Manajer Akuntansi. Beliau meraih gelar Sarjana Akuntansi dari Universitas Tarumanegara.

Appointed as Director since 2012 in charge as Chief Finance Officer. Previously, she held various positions at the Company, including as Head of Finance & Accounting, General Manager Accounting, Tax and Risk Management, and Accounting Manager. She holds a Bachelor's degree in Accounting from Tarumanegara University.

STRUKTUR ORGANISASI

ORGANIZATION STRUCTURE



MANAJEMEN ALLIANZ LIFE INDONESIA

ALLIANZ LIFE INDONESIA MANAGEMENT



Juanita Wibowo

Head of
Human Resources

Oktavia Yanti

Head of
Internal Audit

Ni Made Daryanti

Chief Investment
Officer

Ginawati Djuandi

Chief Agency
Management



Adrianus Darmawan

Head of Risk
Management

Michael D. Sutton

Chief Digital Officer

Alessandro Martirani

Chief Operations
Officer

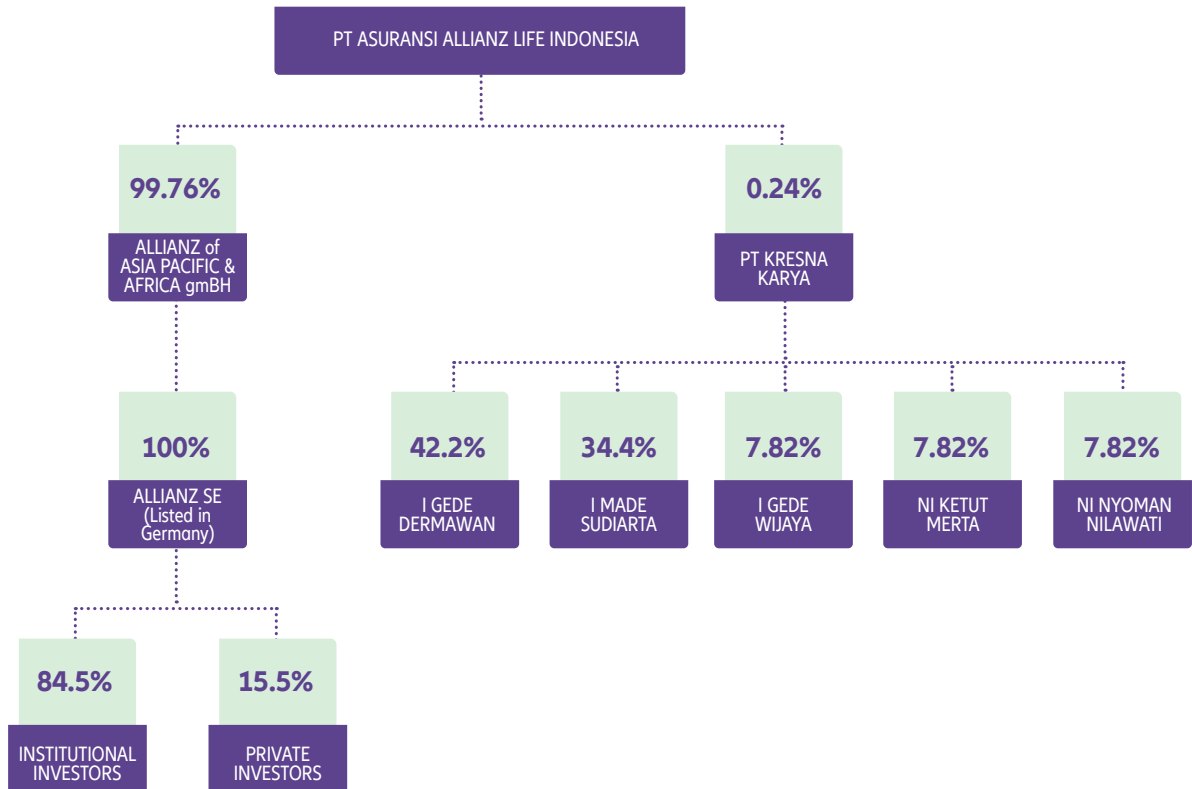
Edi Yoga Prasetyo

Head of Sharia
Business Unit



PEMEGANG SAHAM

SHAREHOLDERS



99.76%
ALLIANZ of ASIA PACIFIC & AFRICA gmbH

0.24%
PT KRESNA KARYA

Tidak ada saham Perusahaan yang diperdagangkan di bursa.
No shares of the Company are traded on the stock exchange.

KANTOR CABANG & JARINGAN PEMASARAN

BRAND OFFICES & MARKETING NETWORK



KANTOR PUSAT HEAD OFFICE

ALLIANZ TOWER

Jl. HR Rasuna Said
Kawasan Kuningan Persada
Super Blok 2, Jakarta 12980
Corporate No: 2926 8888
Allianz Care : 1500 136
Allianz Care Sharia : 1500 139
Fax : +62 21 2926 8888
e-Mail : contactus@allianz.co.id

ALLIANZ CENTER

JAKARTA

Allianz Tower
Jl. HR Rasuna Said
Kawasan Kuningan Persada
Super Blok 2, Jakarta

BANDUNG

Wisma CIMB Niaga Lt. 7
Jl. Gatot Subroto No. 2
Simpang Lima, Bandung 40262
Telp. 022 7308889
Fax. 022 7331889

DENPASAR

Jl. Raya Puputan No. 122 D, Renon,
Denpasar 80239
Telp. 0361 239788
Fax. 0361 226223, 32

MEDAN

Forum Nine Lt. 6
Jl. Imam Bonjol No. 9
Medan 20112
Telp. 061 888 166 78

SURABAYA

Gedung Graha Pacific Lt. 1
Jl. Basuki Rahmat 87-91
Surabaya 60271
Telp. 031 5357997
Fax. 031 5474848

CUSTOMER SERVICE POINTS TITIK LAYANAN NASABAH

BATAM

Komp. Ruko The Summer Blok A2 No. 6 - 8,
Batam Center
Telp. 0778 4809308

SEMARANG

Mal Ciputra Ruko No. 12A
Semarang, Jawa Tengah 50134
Telp. 024 845 0294

SAMARINDA

Jl. Alaya Utama,
Komplek Ruko Allaya Blok LE No. 20,
Samarinda

MAKASSAR

Jl. Sungai Saddang Lama No. 23B,
Depan RS Elim
Makassar, Sulawesi Selatan
Telp. 0411 363 9386

MALANG

Jl. S. Priyo Sudarmo No. 60
Malang, Jawa Timur
Telp. 0341 470 236

JEMBER

Jl. KH. Ahmad Sidiq No. 83-85
Jember, Jawa Timur
Telp. 0331 481 940

MATARAM

Jl. Selaparang No. 67 BC Cakranegara,
Mataram, Nusa Tenggara Barat
Telp. 0370 624 137

KUPANG

Jl. Veteran No. 15, Depan Dinas Peternakan,
Kupang, Nusa Tenggara Timur
Telp. 0380 828 892

BALIKPAPAN

Grand Sudirman Lt. 12,
Jl. Jend. Sudirman,
Balikpapan, Kalimantan Timur 76113
Telp. 0542 7219798

JAYAPURA

Ruko Pasifik Permai Dok II Blok H-9
Jayapura, Papua 99112
Telp. 0967 524 333

BALI

Gianyar
Jl. Bypass Dharmagiri No. 88
Gianyar, Bali
Telp. 0361 216 2201

Singaraja

Jl. Jend. Sudirman No. 43 Banyuasri
(sebelah barat patung Bima)
Singaraja, Bali
Telp. 0362 24667

PEKANBARU

Jl. Tuanku Tambusai Ujung,
Komplek 20 Ruko No. 10-11, Kec. Payung Sekaki,
Pekanbaru, Riau
Telp. 0761 39219

PADANG

Jl. H. Agus Salim No. 7 A,
Sawahar/Tarandam
Padang Timur, Padang 25121
Telp. 0751 4488752

LAMPUNG

Jl. Diponegoro No. 160 D-E, Tanjung Karang Pusat,
Bandar Lampung, Lampung
Telp. 0721 560 2688

SOLO

Jl. Dr. Radjiman No. 531B, Laweyan
Surakarta
Telp. 0271724949

MANADO

Komp. Ruko Mega Bright Blok 1E No. 10,
Jl. Piere Tendean Boulevard,
Manado Sulawesi Utara
Telp. 0431 8881299

YOGYAKARTA

Jl. Babarsari Ruko Rafflesia Babarsari II Blok O
Catur Tunggal, Sleman
Yogyakarta
Telp. 0274 541977

INDEPENDENT MARKETING OFFICES KANTOR PEMASARAN MANDIRI

JAKARTA

- Pondok Indah Office Tower 2, 1st Fl., Suite 103
Jl. Sultan Iskandar Muda Kav. V-TA
Pondok Indah 12310 Jakarta
Telp. 021 75922990
- Pondok Indah Plaza II BA/34
Jl. Metro Pondok Indah
Jakarta Selatan 12310
Telp. 021 7500255
- Allianz Tower Lt. 18A, B Jl. HR. Rasuna Said
Kawasan Kuningan Persada Super Blok 2 Jakarta
Telp. 021 29079700
- Allianz Tower Lt. 18C Jl. HR. Rasuna Said
Kawasan Kuningan Persada Super Blok 2 Jakarta
Telp. 021 29079800
- Allianz Tower Lt. 18D Jl. HR. Rasuna Said
Kawasan Kuningan Persada Super Blok 2
Jakarta
Telp. 021 29079651
Fax: 021-29079650
- Allianz Tower Lt. 21A Jl. HR. Rasuna Said
Kawasan Kuningan Persada Super Blok 2 Jakarta
Telp. 021-29079625
- Allianz Tower Lt. 23D Jl. HR. Rasuna Said
Kawasan Kuningan Persada Super Blok 2 Jakarta
Telp. 021-29079726
- Graha Mustika Ratu Lt. 6
Jl. Gatot Subroto Kav. 74-75 Jakarta
Telp. 021 8306530
Fax. 021 8306540
- Graha Mustika Ratu
Jl. Gatot Subroto Kav 74-75
Telp. 021-83708906
Fax. 021-83708907
- Menara Kuningan Lt. 11 C-D
Jl. HR. Rasuna Said Kav. 5 Jakarta 12940
Telp. 021 30040101
- Gedung Neo SOHO Lantai 18.
Jl. Jend. S. Parman Kav. 28
Tanjung Duren Selatan Grogol Petamburan,
Jakarta Barat 11470
Telp. 021 29181399
- APL Tower Podomoro City
Agung Podomoro Land
Tower Low Zone OT/II/T1
Jl. Letjen S Parman Kav.28
Jakarta Barat
Telp. 021-293394703

AMBON

Jl. Said Perintah No. 55C
Ambon Maluku 97127
Telp. 0911 3823961

BALI

- Jl. Tantular Barat No. 11X Renon,
Denpasar Bali 80234
Telp. 0361 234981
- Pertokoan Imam Bonjol Square Aa 23
Jl. Imam Bonjol 555
Denpasar Bali 80117
Telp. 0361 7970192
Fax. 0361 7809215
- Pertokoan IDT Genteng Biru Blok A No.13
Jl. Diponegoro No. 15 Denpasar, Bali
Telp. 0361 239301
Fax. 0361 255933
- Jl. Raya Tuban No. 101 X
Kuta, Denpasar Bali 80361
Telp. 0361 756577 / 0361-757458
- Pertokoan Kuta Galleria Blok PM 1 No. 23A
Jl. Patih Jelatik Kuta Bali 80361
Telp. 0361 769368
Fax. 0361 769368
- Kompleks Pertokoan Diponegoro Megah
Jl. Diponegoro No.100 Blok B 21
(Samping Bank Artha Graha)
Denpasar Bali
Telp. 0361 238777, 238781, 239964
Fax. 0361 238777
- Pertokoan Kuta Galleria Blok Pm 1 No 23A
Jl. Patih Jelantik Kuta Bali
Denpasar Bali 80361
Telp. 0361 769368
Fax. 0361 769368
- Jl. By Pass Dharma Giri No.18
Gianyar Bali
Telp. 0361 944059
Fax. 0361 944059

BALIKPAPAN

- Gedung Grand Sudirman Lt. 12
Jl. Jend. Sudirman No. 07 Balikpapan 76113
Telp. 0542 72197898 / 8066029
- Jl. Ruhui Rahayu No. 143
Kel. Gn. Bahagia, Kec. Bpn Selatan
Balikpapan Kaltim 76114
Telp. 0542 8514218

BANDUNG

- Wisma Cimb Niaga Lt. 9
Jl. Gatot Subroto No. 2 Simpang Lima
Bandung Jabar 40262
Telp. 022 7331888
Fax. 022 7331889
- Jl. Lombok No. 10
Bandung 40113
Telp. 022 4211204
Fax. 022 4211204

BANJARMASIN

- Jl. A. Yani KM 2 No. 5 RT 17,
Kel. Sungai Baru, Banjarmasin
Telp. 0511 3251999
Fax. 0511 3250799
- Jl. Pangeran Samudra No. 16
Banjarmasin 70111
Telp. 0511 3358278
Fax. 0511 4363244

BANYUWANGI

Ruko Griya Permata Indah
Jl. Kepiting No. 10 RT 02 RW 02,
Kel. Sobo Banyuwangi 68416
Telp. 0333 416811
Fax. 0333 410292

BATAM

Ruko The Summer Blok A2 No. 6-8
Kel. Bantarjati Kec. Bogor Utara
Jl. Raja Isa Batam Center, Batam 29411
Telp. 0778 472566

BEKASI

Ruko Kalimas Jl. Chairil Anwar B17
Bekasi Timur
Telp. 021 8814920
Fax. 021 8814903

BOGOR

- Jl. Raya Pajajaran No.96 F Rt.02/03
Kel. Bantarjati Kec. Bogor Utara
Jawa Barat 16153
- Jl. Raya Pajajaran No. 96FRT 02/03
Kel. Bantarjati Kec. Bogor Utara
Telp. 0251 8344842, 43
Fax. 0251 8356572
- Gedung Ditta Lt. 2
Jl. Raya Pajajaran No. 29, Bogor 16143
Telp. 0251 8345365, 66
Fax. 0251 8345364

BONTANG

Bontang Hotel Bintang Sintuk
Komp. Kawasan Lap. Golf PT PKT,
Bontang Utara, Bontang
Telp. 0548 20317
Fax. 0548 20317

GORONTALO

Jl. Sultan Botutihe, Komp. Ruko Mall Blok A/8
Gorontalo 96112
Telp. 0435 830509

JAMBI

Jl. HMO Bafadhal RT 02,
Kel. Cempaka Putih, Kec. Jelutung, Jambi 36137
Telp. 0741 3065751

JAYAPURA

Kompleks Ruko Pasifik Permai
Telp. 0967-523888

KARAWANG

Ruko Arcadia Blok D No. 10,
Jl. Galuh Mas Raya, Karawang
Telp. +62859 2600 0269

KUPANG

Jl. Veteran No.15
Kupang Ntt
Telp. 0380 828891/92
Fax. 0380 828891

LAMPUNG

Jl. Diponegoro No.160 D-E,
Tanjung Karang Pusat, Bandar Lampung
Telp. 0721 258283
Fax. 0721 259033

MADIUN

Ruko Mars
Jl. Biliton Madiun, RT 27 RW 07
Madiun 63122
Telp. 0828 9405 7056

MAKASSAR

Jl. Sungai Sadding Lama No. 23 A, RT B/RW 03,
Kel. Maradekaya Selatan, Kec. Makassar 90141
Makassar, Sulawesi Selatan
Telp. 0411 3612462

MALAKA

Jl. Veteran No. 15
Telp. 0380 828891/92

MALANG

- Jl. Jaksa Agung Suprpto No. 64, Kav. 3
RT 1 RW 4 Kel. Rampal, Kec. Klojen,
Malang 65111
Telp. 0341 351997
Fax. 0341 351998
- Ruko Taman Niaga A11 Jl. Soekarno-Hatta 36,
Kel. Jatimulyo, Kec. Lowokwaru, Malang 65141
Telp. 0341 403063, 403064, 404339
- Jalan S. Priyo Sudarmo No.60 RT/ RW 05/12,
Kel. Purwantoro, Kec. Blimbing,
Malang, Jawa Timur
Telp. 0341 470236

MANADO

Jl. Pierre Tendean Boulevard,
Komp. Ruko Mega Bright Blok 1E No. 12,
Manado, Sulawesi Utara
Telp. 0431 8881299

MANOKWARI

Jl. Yos Sudarso No. 99, Manokwari 98311
Telp. 0986 213504
Fax. 0986 213994

MATARAM

Jl. Selaparang No. 67
Telp. 0370 624137 / 627096

MERAUKE

Jl. Garuda Spadem No. 10
Telp. 0971 322088
Fax. 0971 322088

MEDAN

- Kompleks Megaland
Jl. Sangnawuluh Blok C No. 19
Pematang Siantar, Medan
Sumatera Utara 21139

- Kompleks Megaland
Jl. Sangnawuluh Blok A No. 61
Pematang Siantar, Medan
Sumatera Utara 21139
Telp. 0622 7355554
Fax. 0622 7355554
- Jl. Ahmad Yani Komplek Premiere Resident
No. 88 Gg, Lubuk Pakam
Deli Serdang, Sumatera Utara
- Gedung Universitas Sutomo Lt. 2
Jl. Sutomo Ujung No. 28
Medan 20235
Telp. 061 6635335
Fax. 061 6635331
- Taman Setia Budi Indah 1
Jl. Cactus Raya Setia Budi Square No. 9
Tanjung Sari, Medan Selayang, Medan
Telp. 061 8225600
- Kompleks Jati Junction No. PS 5 – PS 5A
Jl. Perintis Kemerdekaan, Medan
Telp. 061 7338 1043, 8881 4078

PADANG

- Jl. Khatib Sulaiman No. 9 Kav. 3,
Gedung Rungkang, Padang
Telp. 0751 4488780, 4488779
- Jl. H. Agus Salim 7a, Rt. 003/Rw.001
Kel. Sawahan Kec. Padang Timur
Padang, Sumatera Barat 25121
Telp. 0751 4488751

PADANG SIDIMPUAN

- Komplek City Walk Blok B No. 19,
Kel. Kantin, Kec. Padang Sidempuan Utara,
Kota Padang Sidempuan
Telp. 0634 4538626

PALANGKARAYA

- Jl. Dahlia Gerbang PCPR I Blok I D
(sebelah Gedung Wanita), Palangkaraya
Telp. 0536 3225945

Jl. Ahmad Yani No. 01 Kel. Langkai
Kec. Pahandut Palangkaraya
Kalteng 74874

PANGKAL PINANG

- Jl. Soekarno Hatta No. 13 RT 007 RW 003
Kel. Bukit Besar, Kec. Girmaya, Pangkal Pinang
Telp. 0717-432499

PANGKALANBUN

- Jl. A. Yani Km 1 Pangkalanbun
Pangkalanbun Kalteng
Telp. 0532 2067690
- Jl. Utama Pasir Panjang,
Ruko Depan Hypermart No. 10,
Kec. Arut Selatan Pangkalanbun
Kalteng 74117
Telp. 0532 2074997
Fax. 0532 2074997

PEKANBARU

Jl. T. Tambusai Ujung, Komplek 20 Ruko No. 10-11
Kel. Labuh Baru Barat, Kec. Payung Sekaki
Pekanbaru 28292

PALEMBANG

Jl. Kombes H. Umar No. 1 Rt 14/Rw.05
Kel. Besemah Serasan Kec. Pagar Alam Selatan
Kota Pagar Alam, Palembang 31526
Telp. 0730 6261793

PONTIANAK

Komplek Ruko Mega Mall Blok G No 18
Jl. A Yani 1 Pontianak, Kalbar 78121
Telp. 0561 761167

PROBOLINGGO

- Jl. KH. Abdul Hamid No. 962, RT 03 RW 04
Kel. Kebonsari Kulon, Kec. Kanigaran,
Probolinggo 67214
Telp. 0335 425637
- Jl. A. Yani No. 70C, Kel. Mayangan,
Kec. Mangunharjo, Probolinggo
Telp. 0335 4494264

PURWAKARTA

Jl. Mr. Dr. Kusumaatmaja No. 5,
Purwakarta
Telp. 0264 201257
Fax. 0264 201257

SALATIGA

Jl. Pemuda No.13 Salatiga
Jawa Tengah
Telp. 0298 329460
Fax. 0298 326180

SANGATTA

Jl. Yos Sudarso li Thomas Square Blok C No. 03
Kutai Timur - Sangatta Sangatta 75611 Kaltim

SAMARINDA

Jl. Bukit Alaya Ruko Blok Le No. 20
Kel. Sungai Pinang Dalam Rt. 70
Kec. Sungai Pinang
Samarinda 75243
Telp. 0541 2833776

SEMARANG

- Mal Ciputra Ruko No.12 A
Semarang Jateng 50134
Telp. 024 8415639
- Ruko Robin,
Komplek Royal Office Building No. 8-B.
Jl. Maduroko Semarang
Telp. 024 76631791/024 76631792

SIDOARJO

Ruko Gading Fajar 2 Blok B6/9, RT 40 RW 10,
Sidoarjo 61271
Telp. 031 8941975
Fax. 031 8941975

SINGARAJA

Jl. Jendral Sudirman No. 43
Singaraja, Bali
Telp. 0362 24667

SOLO

- Ruko Loji Gandrung
Jl. Slamet Riyadi No. 259 Blok A1 - 2
Kel. Penumping, Kec. Laweyan
Telp. 0271 725336 / 837510
Fax. 0271 724577
- Jl. Dr. Rajiman 531B
Kel. Laweyan, ec. Laweyan
Solo, Jateng 57148
Telp. 0271 713759
Fax. 0271 721538

SUKABUMI

Jl. Siliwangi No.80
Kel. Kebon Jati Kec. Cikole
Sukabumi Jabar 43133
Telp. 0266 6220380

SUMEDANG

Jl. Kutamaya Centre Ruko D
Kel Kotakulon Kec. Sumedang Selatan
Sumedang Jabar 45312
Telp. 0261 202218
Fax. 0261 202218

SURABAYA

- Gedung Graha Pacific
Jl. Basuki Rahmad 87-91 Lt. 3, Surabaya 60971
Telp. 031 5472277
Fax. 031 5474848
- The Peak Lt. 19 - 8 Pakuwon Center (Tp5)
Surabaya Jatim
Telp. 031 99246677

TABANAN

Jl. By Pass Ir. Soekarno
Kec. Br. Gerokgak Tabanan Bali 81155

TERNATE

Jl. Hasan Esa, Ternate Tengah (Blok A)
Kel. Takoma, Ternate Maluku 97714

TANGERANG

- Jl. Raya Serpong No. 88, Priang, Pondok Jagung
Serpong, Tangerang 15326
Telp. 021 5371069, 53150514
Fax. 021 531568 888
- Ruko Business Park Tangerang City (TangCity)
Blok B 23 Jl. Jend. Sudirman No 1
Tangerang 15117
Telp. 021 29239718
Fax. 021 29239719

TANJUNG PINANG

Jl. DI Panjaitan KM7 No. 88C
Kel. Kampung Melayu Kota Piring, Tanjung Pinang
Telp. 0771 8081020, 8081015, 8081320

TARAKAN

Kompleks THM Blok E No. 2,
Kel. Karangbalik, Kec. Tarakan Barat,
Tarakan 77134
Telp. 0551 51898
Fax. 0551 51898

YOGYAKARTA

Ruko Rafflesia Babarsari II Kav. M,
Babarsari, Sleman, Yogyakarta
Telp. 0274-7196909

PELAYANAN NASABAH

SERVICES TO CUSTOMERS



Setiap orang di dalam Perusahaan berakar dengan sikap mengutamakan kualitas di garis terdepan bisnis kita. Kepuasan nasabah adalah capaian tertinggi dari pelayanan prima yang didambakan oleh seluruh organisasi, terutama di dalam upaya kami guna mempertahankan transformasi digital.

Untuk lebih memajukan inovasi kami dan tetap berada di puncak industri, kami perlu menembus pasar yang lebih besar di sektor e-commerce dengan tetap mempertahankan produk dan layanan konvensional kami. Yang juga sama pentingnya adalah upaya untuk terus menyempurnakan layanan prima bagi nasabah di seluruh Indonesia.

Everyone in the Company is engrained with long-standing attitudes towards putting quality at the forefront of our business. Our customer satisfaction is the result of the highest level of service excellence in the entire organisation, especially with our endeavour to sustain digital transformation.

To further advance our innovation and stay atop in the industry, we need to penetrate a bigger market in the e-commerce sector whilst maintaining our conventional products and services. No less important is that we keep improving our service excellence for customers throughout Indonesia.



Allianz Discover

Salah satu inisiatif utama yang kami lakukan di tahun 2019 adalah meningkatkan kualitas pada aplikasi penjualan digital melalui Allianz Discover. Solusi untuk penjualan digital ini memungkinkan agen kami mendiskusikan kebutuhan asuransi nasabah dan membuat ilustrasi produk. Diluncurkan pertama kali pada tahun 2015, Allianz Discover telah mengalami transformasi besar berdasarkan rekomendasi para agen untuk dapat memberikan akses yang lebih mudah saat nasabah mengajukan aplikasi.

Dengan pembaharuan fitur ini, hanya dalam waktu lima menit, nasabah dapat langsung memperoleh perlindungan, setelah sebelumnya melakukan pengiriman data secara *online* dan memilih polisnya dikirim melalui email. Dengan Allianz Discover, kami berhasil membuat tolok ukur baru di industri ini.

Untuk mendukung fungsi Allianz Discover, kami juga memiliki *Expert Underwriting System* (EUS). Kehadiran EUS telah secara signifikan meningkatkan kinerja tenaga pemasaran kami dan pengalaman calon nasabah kami.

Expert Underwriting System (EUS) adalah sistem yang mengotomatisasi proses *underwriting* dan pengambilan keputusan saat nasabah mengajukan formulir aplikasi asuransi. Sebelumnya, kami harus melakukan proses ini secara manual. Berkat teknologi, proses ini dapat dilakukan secara *online* dan *real-time*. Dengan EUS, proses dapat diselesaikan tiga hari lebih cepat, sehingga memungkinkan tenaga pemasaran untuk meningkatkan kualitas kinerja melampaui ekspektasi nasabah.

BPJS Health CoB Patient Service

Allianz Life Indonesia telah menandatangani amandemen perjanjian Kerja Sama *Cashless Service* untuk pasien BPJS Kesehatan terkait *Coordination of Benefit* (CoB) dengan Ramsay Sime Darby Health Care Indonesia atau RS Premier Group (RS Premier Bintaro dan RS Premier Jatinegara). Allianz Life Indonesia menandatangani perjanjian melalui unit bisnisnya, *Allianz Health & Corporate Solutions* (AHCS) yang merupakan bagian dari FORMAKSI (Forum Asuransi Kesehatan Indonesia).

Dengan adanya amandemen kerja sama ini, pasien BPJS Kesehatan yang memiliki produk jaminan kesehatan tambahan dari Allianz tidak perlu membayar kelebihan biaya pengobatan jika ingin meningkatkan fasilitas selama rawat inap. Kelebihan biaya perawatan akan langsung dibebankan ke Allianz oleh rumah sakit (untuk manfaat *cashless*). Namun, terdapat syarat dan ketentuan, serta batasan polis asuransi kesehatan yang diterapkan dalam layanan ini.

Allianz Discover

One major initiative we did in 2019 was upgrading the digital sales application Allianz Discover. This digital sales tool allows our agents to discuss customer insurance needs and create product illustrations. Initially launched in 2015, Allianz Discover has gone through a major transformation based on inputs from agents to provide easier access for application submission.

With this upgraded feature, customers can enjoy insurance protection within five minutes, by sending customer data online, and the policy is emailed to the customer. With Allianz Discover, we managed to create a new benchmark in the industry.

To support the function of Allianz Discover, we also have Expert Underwriting System (EUS). The presence of EUS has significantly improved the performance of our sales force and the experience of our prospective customers.

Expert Underwriting System (EUS) is a system that automates the underwriting and decision-making process in correspondence with potential customers' application forms. Previously, we had to perform this process manually. Thanks to the current technology, such activities can now be carried out online and in real-time. With EUS, the process can be completed three days faster, thus enabling the Company's sales force to boost performance that exceeds customer expectations

BPJS Health CoB Patient Service

Allianz Life Indonesia has signed an addendum agreement of Cashless Service Cooperation for BPJS Health Coordination of Benefit (CoB) patients with Ramsay Sime Darby Health Care Indonesia or Premier Group Hospital (Premier Bintaro Hospital and Premier Jatinegara Hospital). Allianz Life Indonesia signed the agreement through its business unit, Allianz Health & Corporate Solutions (AHCS) that is part of FORMAKSI (Indonesia Health Insurance Forum).

With the addendum of this cooperation, BPJS Health patients who have additional health insurance product from Allianz, do not have to pay for the excess treatment cost if they want to upgrade the facility during hospitalization. The excess treatment cost will be directly charged to Allianz by the hospital (for cashless benefit). Yet, there are terms and conditions as well as the health insurance policy limit applied in this service.

PELAYANAN NASABAH

SERVICES TO CUSTOMERS

AllianzCare

Untuk memberikan bantuan yang paling memberikan kenyamanan bagi nasabah kami, AllianzCare telah lama dihadirkan untuk memfasilitasi nasabah Allianz Life Indonesia untuk memperoleh seluruh informasi yang berkaitan dengan layanan dan produk Perusahaan, serta informasi terkait lainnya.

Dengan kehadiran personel yang sangat terampil dan terlatih, AllianzCare siap melayani semua pemegang polis asuransi kesehatan 24 jam setiap hari melalui *hotline* kesehatan kami.

Allianz Platinum Lounge

Merupakan fasilitas keanggotaan yang dirancang secara eksklusif bagi nasabah yang memiliki periode akumulasi dengan premi di atas Rp250 juta per tahun.

Sesuai dengan namanya, kami memberikan berbagai fasilitas kelas dunia kepada para anggota eksklusif tersebut, termasuk kartu Allianz Platinum TADA360 yang dapat digunakan sebagai kartu persembahan multifungsi untuk mendapatkan manfaat Allianz Platinum.

Nasabah Allianz Platinum juga dapat menikmati layanan eksklusif dengan keramahan tak tertandingi di konter lounge Platinum kami, yang terletak di kantor pusat kami di Allianz Tower Kuningan.

Allianz Centre and Allianz Customer Service Point

Pusat solusi satu atap ini dirancang untuk semua nasabah dan tenaga pemasaran yang berlokasi di lima kota besar di Indonesia, seperti Jakarta, Surabaya, Bandung, Medan, dan Denpasar.

Allianz eAZy Connect

Sejak 2017 kami telah mengembangkan lebih banyak digitalisasi termasuk menembus pasar *online* dengan portal nasabah online kami eAZy Connect. Portal nasabah ini menyediakan seluruh informasi polis yang dapat diakses melalui ponsel atau laptop. Nasabah dapat melihat rincian polis mereka, antara lain informasi tentang pembayaran premi, penerima manfaat, nilai polis, melakukan transaksi, dan mengajukan klaim.

AllianzCare

To provide the most favourable assistance to our customers, AllianzCare has long been established to facilitate Allianz Life Indonesia customers with all information that relates to the Company's services and products, as well as other relevant issues.

With the presence of highly skilled and well-trained personnel, AllianzCare is ready to serve all health insurance policyholders 24 hours every day through our medical hotline.

Allianz Platinum Lounge

This is a membership facility exclusively designed for customers having an accumulated period with a premium above Rp250 million annually.

As the name suggests, we provide such exclusive members with various world-class facilities, including the Allianz Platinum TADA360 card that can be used as a multi-function gift card to get Allianz Platinum benefits.

An Allianz Platinum customer can also enjoy exclusive service with unparalleled hospitality at our Platinum lounge counter, conveniently nestled at our headquarters in Allianz Tower Kuningan.

Allianz Centre and Allianz Customer Service Point

This one-stop solution centre is designed for all customers and sales force, located in five major cities in Indonesia: Jakarta, Surabaya, Bandung, Medan, and Denpasar.

Allianz eAZy Connect

Since 2017 we have evolved into more digitalisation including penetrating the online market with our online customer portal eAZy Connect. This customer portal provides all policy information that can be accessed via mobile phone or laptop. Customers can view their policy details such as premium payment, beneficiaries, policy values, conducting transactions, and submitting claims.



PELAYANAN BAGI TENAGA PEMASARAN

SERVICES FOR SALES FORCE

Kami terus berupaya untuk meningkatkan produktivitas kami dengan berbagai cara; antara lain dengan teknologi dan inovasi yang meningkatkan fungsionalitas bagi tenaga pemasaran kami. Berikut adalah inisiatif yang telah kami lakukan selama ini.

Portal Bancassurance

Portal ini memungkinkan tenaga pemasaran di mitra perbankan untuk mengatur dan mengelola penjualan, melacak status polis, dan yang tidak kalah pentingnya adalah tempat ideal untuk menata portofolio mereka.

Layanan Informasi Publik

Allianz Life Indonesia mengelola situs web Perusahaannya di www.allianz.co.id yang berisi informasi ringkas dan lengkap mengenai asuransi dan produk keuangan Perusahaan, serta informasi lain yang relevan dengan seluruh pemangku kepentingan. Perusahaan juga menjangkau seluruh nasabahnya di media sosial, melalui akun Allianz Indonesia di:

We continuously strive to boost our productivity by any means; among others are technology and innovation that boost functionality for our sales force. Below are the initiatives that we have done so far.

Bancassurance Portal

These portals enable insurance specialists at the Company's banking partners & ASN Agents to administer and manage sales, track policy status; and no less important, the portal is an ideal space to organise their portfolios.

Public Information Service

Allianz Life Indonesia manages its corporate website on www.allianz.co.id, which contains concise yet comprehensive information regarding the Company's insurance and financial products, as well as other information relevant to all stakeholders. The Company also reaches out to all of its customers on social media, via the Allianz Indonesia account on:







02

SUMBER DAYA MANUSIA HUMAN CAPITAL

SUMBER DAYA MANUSIA

HUMAN CAPITAL

Setiap karyawan adalah aset yang berharga bagi Perusahaan, dimana kami selalu bekerja bahu-membahu untuk menggerakkan dan memajukan bisnis kami. Oleh karena itu, kami selalu memastikan kualitas karyawan tetap terjaga, mulai dari tahap rekrutmen hingga pengembangan, karena hal ini merupakan faktor penentu dalam menjaga produktivitas dan pertumbuhan bisnis kami.

Agility

Kami harus merespon berbagai perubahan, terutama dalam perkembangan teknologi yang pesat dan persaingan yang ketat. Oleh karena itu, kami menerapkan *Agility* sebagai salah satu prinsip penting untuk diterapkan oleh sumber daya manusia kami. Kami harus gesit dan tangkas dalam memberikan produk dan layanan kepada nasabah.

Inovasi

Kami menyadari peran teknologi digital sebagai elemen yang tidak terpisahkan dalam menciptakan produk dan layanan inovatif kepada nasabah dari berbagai kalangan.

Salah satu inovasi yang telah dilakukan Perusahaan dalam mengembangkan sumber daya manusianya adalah dengan mendirikan *Allianz Innovation Lab*, yaitu lingkungan lintas kerja yang dinamis dimana sumber daya manusia dari berbagai departemen dapat berkolaborasi untuk menciptakan solusi inovatif baru bagi mitra bisnis dan nasabah.

Allianz Innovation Lab

Beroperasi sejak 2018, *Allianz Innovation Lab* menyediakan ruang bagi karyawan untuk berdiskusi, bereksperimen, dan berbagi ide. Di tahun 2019 dan tahun-tahun mendatang, kami akan terus menyempurnakan lab, untuk memberikan pengalaman terbaik bagi nasabah dalam mendapatkan manfaat dari produk dan layanan Allianz.

Every employee is a valuable asset for Allianz, and together as human capital, we work hand-in-hand to drive our business forward. Hence, we always ensure the quality of our people, starting from recruitment to the onboarding and development phases, as a determining factor to maintain our productivity and business growth.

Agility

We need to respond to change, especially with today's stiff competition and rapid technological development. For that reason, we apply "Agility" as one of the important principles in our human capital. We must be agile in providing protective solutions that can be tailored to the needs of our customers. We need to keep on track with the trends, to be smart and work as efficiently as possible to deliver the best products and services to our customers.

Innovation

We are aware of the role of digital technology as an inseparable element in creating innovative products and services to clients from various walks of life.

One innovation that we have carried out in developing our human capital is by establishing an Allianz Innovation Lab, which is a dynamic cross-work environment where human resources from various departments can work together to create new innovative solutions for business partners and customers.

Allianz Innovation Lab

Operating since 2018, the Allianz Innovation Lab provides space for teams for various departments to come together and engage in rich discussion, as well as experiment and share innovative ideas. We see this lab as a valuable part of improving our products and services so we will keep investing in this process.



Inisiatif SDM

Kami memiliki beberapa kanal internal untuk berkomunikasi dan mendengarkan aspirasi-aspirasi dari para karyawan.

NgobrAZ

Diadakan setiap bulan, talkshow internal "Ngobrol Bareng Allianz" (NgobrAZ) memberikan wadah bagi setiap departemen untuk menyampaikan inovasi yang telah dihasilkan maupun informasi kepada seluruh karyawan.

Lunch & Learn

Dengan format yang sedikit berbeda dengan NgobrAZ, *Lunch & Learn* merupakan inisiatif dari tim SDM untuk memberikan seminar kepada karyawan dengan mengundang pembicara eksternal dengan topik yang dapat membantu meningkatkan produktivitas karyawan.

Coffee with CXO

Kami memberikan kesempatan bagi karyawan untuk menyampaikan pendapat mereka secara langsung kepada jajaran tim manajemen Perusahaan melalui program *Coffee With CXO*. Diadakan sebulan sekali, satu orang direktur mengundang beberapa karyawan dari divisi yang beda untuk berbincang secara informal mengenai pengalaman para karyawan tersebut bekerja dan memberikan saran membangun terkait berbagai isu kepada manajemen.

Listen to Customers

Melalui program *Listen to Customer*, setiap karyawan diajak untuk duduk bersama dengan tim *Customer Service* (CS), tidak hanya untuk mendengarkan keluhan nasabah yang menghubungi CS Allianz, tetapi juga untuk memahami ekspektasi nasabah terhadap layanan dan kesempatan bagi karyawan memberikan ide.

HR Initiatives

We have several internal channels to communicate and listen to the aspirations of our employees.

NgobrAZ

The monthly internal talk show, "Ngobrol Bareng Allianz" (NgobrAZ) or "A Talk with Allianz", is a platform for every department in the Company to share their innovation and information with all other employees.

Lunch & Learn

With a slightly different format from NgobrAZ, Lunch & Learn is an initiative from HR team to conduct seminars for employees. We invite external speakers who present on various topics to motivate, inspire and help to boost our employees' productivity.

Coffee with CXO

The Coffee with CXO programme provides opportunities for our employees to share their opinions directly with their management team. Held once a month, one director invites several employees from different divisions to chat about their work experiences in an informal ambience and providing valuable feedback to management on a range of issues.

Listen to Customers

With our "Listen to Customers" programme, every employee is invited to gather with the Customer Service team. The objective is to listen to customers' complaints. The said employee can give inputs or ideas to make a better customer experience.

SUMBER DAYA MANUSIA

HUMAN CAPITAL



Quarterly Townhall Meeting

Pertemuan triwulan *Quarterly Town Hall Meeting* diadakan dengan mengundang setiap divisi di Perusahaan untuk mendengarkan langsung dari Direksi tentang bisnis dan pencapaian Perusahaan.

Quarterly Town Hall Meeting

The Quarterly Town Hall Meeting invites every division in the Company to come and listen to the Board of Directors as they talk about the Company's business and achievements.

Target Roadshow

Dalam rangka memberikan semangat kepada karyawan untuk mencapai target Perusahaan, kami melakukan *Target Roadshow* setiap bulan. Dalam program ini, dua orang karakter dengan kostum bertema tertentu memberikan semangat dengan membawa papan berisi pencapaian target. Selain itu, aktivitas yang menghibur ini juga memberikan informasi kepada para karyawan mengenai pencapaian Perusahaan.

Target Roadshow

To boost the spirits and motivation of our employees so they can reach their targets, we hold Target Roadshow every month. The programme features two person dressed in character costumes displaying boards that show the team's target achievements.

Work Life Balance

Work Life Balance sebagai salah satu faktor yang penting, selain diciptakan melalui suasana kerja yang nyaman, kami juga memiliki berbagai klub untuk menyalurkan minat dan hobi para karyawan. Klub tersebut antara lain klub sepak bola, lari, bola basket, bulu tangkis, *body combat*, zumba, sepeda, tari, yoga, paduan suara, memancing, dan kerohanian.

Work Life Balance

We value "Work-Life Balance" and apart from creating a comfortable working atmosphere, we also have various clubs to channel our employees' interests and hobbies. We have football, running, basketball, badminton, body combat, Zumba, bicycle, dance, yoga, choirs fishing and even spiritual clubs.

TENAGA PEMASARAN

Agen

Sebagai salah satu aset pemasaran, agen kami telah menunjukkan upaya terbaik, terutama dalam menghasilkan Pendapatan Premi Bruto (PPB) dan Total Dana Kelola. Saat ini kami berfokus pada kaum *millennial* sebagai target pasar kami. Selain itu, kami juga didukung oleh banyak agen *millennial* karena generasi ini sangat aktif dalam mencari nasabah-nasabah baru. Tak kalah pentingnya, para agen muda ini juga memiliki kesadaran yang lebih tinggi akan pentingnya memiliki polis asuransi dan mereka sangat familiar dengan digitalisasi sebagai bagian dari kenyamanan hidup sehari-hari.

Bancassurance

Di tahun 2019, kami berhasil bekerjasama dengan tiga mitra utama dalam memasarkan produk *bancassurance*. Mitra kerja kami adalah HSBC, Maybank dan BTPN yang masing-masing mendokumentasikan kinerja yang luar biasa; lebih tinggi dari rata-rata industri. Kolaborasi ini bertujuan untuk memperkuat sinergi SDM kami dalam menyediakan produk dan dana keuangan, serta meningkatkan pengalaman nasabah.

SALES FORCE

Agents

As one of our sales assets, our agents have demonstrated their best endeavours in generating Gross Written Premiums (GWP) and Assets Under Management. We are currently focusing on millennials as our targeted market, which we service via our millennial agents. This generation is truly more active in the captivating mass segments. These young agents also have a higher awareness of the importance of having an insurance policy, and they are attached to digitalisation as part of the everyday convenient life.

Bancassurance

In 2019, we successfully partnered with three main partners in marketing bancassurance products. Our partners HSBC, Maybank and BTPN documented their outstanding performance, respectively; higher than the industry average. The purpose of this collaboration was to strengthen the synergy of our human resources in providing financial products and funds, as well as enhancing customer experiences.



SUMBER DAYA MANUSIA

HUMAN CAPITAL

Generasi Millennial

Kehadiran kami sebagai Perusahaan asuransi jiwa terkemuka telah menarik minat generasi *millennial*. Seiring dengan pemetaan pasar yang secara rutin kami lakukan, kami melihat semakin banyak talenta *millennial* yang menunjukkan minat untuk bergabung dengan organisasi kami.

Di mata *millennial*, *brand* kami memperoleh kesan positif. Sebuah survei yang dilakukan pada tahun 2019 menunjukkan bahwa Allianz Life Indonesia merupakan salah satu Perusahaan yang diminati oleh kaum *millennial* dalam membangun karir dan masa depan mereka.

Generasi *millennial* cenderung produktif dan kompetitif. Penampilan mereka cenderung informal, tetapi tetap menjaga profesionalisme dengan semangat yang tinggi. Oleh karena itu, kami memberikan keleluasaan bagi karyawan kami untuk mengenakan pakaian kasual agar penampilan mereka tidak terlalu kaku dan tidak formal karena yang kami utamakan dari mereka adalah profesionalisme.

Untuk mengantisipasi dan mengoptimalkan pertumbuhan pasar di masa depan, generasi *millennial* berpotensi menjadi pasar besar berikutnya. Untuk itu, Perusahaan berfokus dalam merekrut generasi *millennial* sebagai tenaga pemasaran, membina mereka dalam berwirausaha di sektor jasa keuangan asuransi, dan mengembangkan model bisnis yang dapat diwariskan kepada generasi penerus.

Dalam merekrut *millennial*, kami memprioritaskan kandidat dari 20 universitas terbaik di Indonesia. Salah satu strategi kami adalah dengan memperkenalkan *branding* Perusahaan kami ke beberapa universitas ternama sambil melakukan pemetaan pasar.

Millennial Generation

Our presence as a leading life insurance Company has attracted the millennial generation. As we routinely conduct our market mapping, we see more and more millennial talents show their keen on joining our organisation.

In the eyes of millennials, our brand image is seen as positive. A survey conducted in 2019 indicates that Allianz Life Indonesia is one of the companies that interests millennials the most in building their careers and future.

Millennials are productive and competitive. They tend to be informal in appearance, yet they maintain professionalism with high spirits. For that reason, for the dress code, we give flexibility for our employees to wear casual dress. We want to be less formal and eliminate the rigidness in our appearance while we still put professionalism at the forefront of what we do.

To anticipate and optimise future market growth, the millennial generation has the potential to be the next big market. Thus, we are focusing on recruiting the millennial generation as the sales force, nurturing them with entrepreneurship in the insurance financial services sector, and developing a business model that can be passed on to the next generation.

In recruiting millennials, we prioritise candidates from the top 20 universities in Indonesia. One way to do that is by conducting an employer branding exercise with some renowned universities while carrying out market mapping.



PENGHARGAAN

Komitmen kami dalam mengembangkan sumber daya manusia yang terbaik telah terbukti dengan penghargaan yang kami raih sebagai *1st Best for Human Capital* pada ajang Indonesia Human Award 2019 yang diselenggarakan oleh majalah *Economic Review*.

Kinerja produktif sumber daya manusia millennial kami juga telah dibuktikan dengan penghargaan *Most Admired Companies Indonesia 2019 - Millennial Choice* untuk kategori Asuransi Jiwa.

Penghargaan-penghargaan ini memacu kami untuk terus berinvestasi dalam mempersiapkan sumber daya manusia yang kompeten dan berkualitas guna mendorong produktivitas dan daya saing.

#HappyLifeMadeeAZy

Sejak akhir tahun 2018, kami juga telah meluncurkan #HappyLifeMadeeAZy, yang sudah menjadi bagian dalam mengkomunikasikan nilai-nilai Perusahaan, yang menekankan pada kepercayaan, kepedulian, dan kemudahan.

Di tahun 2019, kami terus memperkuat tim kami dengan menciptakan #HappyLife bagi karyawan dan nasabah kami melalui inisiatif dan inovasi yang dapat meningkatkan produk dan layanan kami sesuai dengan tren saat ini.

Kami menerapkan #HappyLifeMadeeAZy dengan menjalankan jam kerja yang fleksibel, padat, dan jam kerja yang memakai sistem shift. Pelaksanaan jam kerja tersebut disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing karyawan; dengan demikian, dapat memberikan jam kerja yang lebih fleksibel, sehingga mereka dapat menghabiskan lebih banyak waktu bersama keluarga.

Perusahaan juga menyediakan berbagai aktivitas menyenangkan di luar rutinitas kantor, seperti acara olahraga, klub bagi para karyawan, fasilitas penitipan anak, dan masih banyak lagi. Untuk menerapkan #HappyLifeMadeeAZy dengan lebih optimal, bagi karyawan yang berulang tahun kami berikan tunjangan dan cuti khusus karena kami percaya bahwa perayaan setahun sekali ini adalah hari besar yang tidak boleh dilewatkan bersama dengan orang yang mereka cintai.

AWARDS

Our commitment to developing our human capital has been recognized at the Indonesia Human Awards 2019, organised by Economic Review magazine, where we were awarded the Best for Human Capital.

The productive performance of our millennial human resources has also earned us an award as the Most Admired Companies Indonesia 2019 - Millennial Choice in the category of Life Insurance.

Receiving these awards encourages us to maintain our investment and commitment to developing a highly competent and efficient workforce.

#HappyLifeMadeeAZy

Since the end of 2018, we launched the #HappyLifeMadeeAZy, which has been incorporated into Allianz's values to emphasize trust, care and easiness.

In 2019, we continued strengthening our team by creating #HappyLife for our employees and customers through initiatives and innovations that improve our products and services according to the current trends.

We implement #HappyLifeMadeeAZy by carrying out flexible, compressed and shift working hours. The implementation of such working hours is tailored based on the needs of each employee; thus, providing them more flexible hours to suit their lifestyle needs, so they can spend more quality time with their families.

We also provide various fun activities outside of the office routine, such as sports events, employee clubs, daycare centre etc. To have the most favourable implementation of #HappyLifeMadeeAZy, we give our employees a birthday allowance and even birthday leave, as we believe that this once-a-year celebration is a special day that should not be missed and everyone should be with their loved ones. We believe no one should have to work on their birthday!

SUMBER DAYA MANUSIA

HUMAN CAPITAL

Pelatihan

Kami senantiasa menjaga dan mengasah kompetensi sumber daya manusia kami dengan mengadakan berbagai pelatihan, termasuk seminar, lokakarya dan sertifikasi. Tujuannya adalah untuk membekali para karyawan dengan pengetahuan, ketrampilan, dan sikap yang diperlukan dalam mendukung pertumbuhan Perusahaan.

Program pelatihan kami juga mencakup pemberian beasiswa bagi anak karyawan yang berprestasi. Pada tahun 2019, Perusahaan memberikan beasiswa kepada tiga karyawan untuk melanjutkan pendidikannya dari jenjang D-3 ke S-1.

Allianz Sales Academy

Selain pelatihan bagi karyawan, Perusahaan telah mendirikan *Allianz Sales Academy (ASA)* untuk memfasilitasi program pembelajaran & pengembangan bagi agen *Allianz Star Network (ASN)* dan tim mitra Perbankan.

Pada tahun 2019, fokus topik pelatihan ASN adalah mengenai bagaimana cara mengembangkan bisnis agensi, meningkatkan kualitas layanan, dan menyuguhkan pengalaman luar biasa kepada nasabah. Terdapat 1.911 sesi yang dilaksanakan pada tahun 2019, antara lain *Basic Training Program (BTP)*, *Fast Track to Management (FT2M)*, dan *Continuous Professional Development (CPD)*. Jumlah kelas pelatihan pada tahun 2019 mengalami peningkatan sebesar 35% dan peningkatan partisipasi sebesar 10% dibandingkan tahun 2018.

Pada 2019, ASN memperkenalkan *Learning Management System (LMS)*, platform pembelajaran digital, untuk tenaga pemasaran. Sistem ini diluncurkan sebagai uji coba kepada agen terpilih dan terbukti dapat mempercepat kemajuan pembelajaran mereka. LMS bertujuan untuk menyediakan materi pelatihan berkualitas secara *online*, dapat diakses oleh semua agen setiap saat. Hal ini memungkinkan agen untuk mengatur kecepatan pembelajaran mereka sendiri. Pada tahun 2020, LMS akan diluncurkan ke semua agen.

Training

We invest in the maintenance and development the competencies of our human resources by holding various trainings, including seminars, workshops and certifications. The aim is to equip our employees with the knowledge, skills and attitudes that are needed to support Company growth.

Our training program also includes scholarships for employees' children who excel. In 2019, we provided scholarships to three employees to continue their education from D-3 to S-1 levels.

Allianz Sales Academy

Aside from providing various trainings for employees, we have also the established Allianz Sales Academy (ASA) to facilitate learning and development for our Allianz Star Network (ASN) agents and partnering banks' teams.

In 2019, the ASN trainings focused on growing agency business, maintaining high quality services and providing excellent customer experiences. There were 1,911 sessions conducted in 2019, including Basic Training Programme (BTP), Fast Track to Management (FT2M), and Continuous Professional Development (CPD). The number of training classes increased by 35%, with 10% more participation compared to the year before.

Also in 2019, the ASN introduced a Learning Management System (LMS), a digital learning platform for our sales force. This system was initially launched as a pilot to selected agents and after it was found to have accelerated their learning progress. The LMS provides high quality training materials online, accessible to all agents at any time allowing agents to manage their own learning pace. In 2020, LMS will roll out to all agents.

Di sisi Bancassurance, ASN juga telah melakukan berbagai pelatihan antara lain Pelatihan Induksi, *Product Knowledge*, *Leadership*, *Continuous Professional Development*, dan *Selling Skills* untuk meningkatkan *craftmanship* para mitra perbankan, dengan total 993 peserta dari tenaga penjualan para mitra perbankan kami, yaitu HSBC, BTPN, dan Maybank.

For the Bancassurance side for the business, the ASN also conducted various trainings including Induction Training, Product Knowledge, Leadership, Continuous Professional Development, and Selling Skills to enhance our banking partners' craftsmanship, with the total of 993 participants from our partnering banks, of HSBC, BTPN, and Maybank sales force.

AllianzU

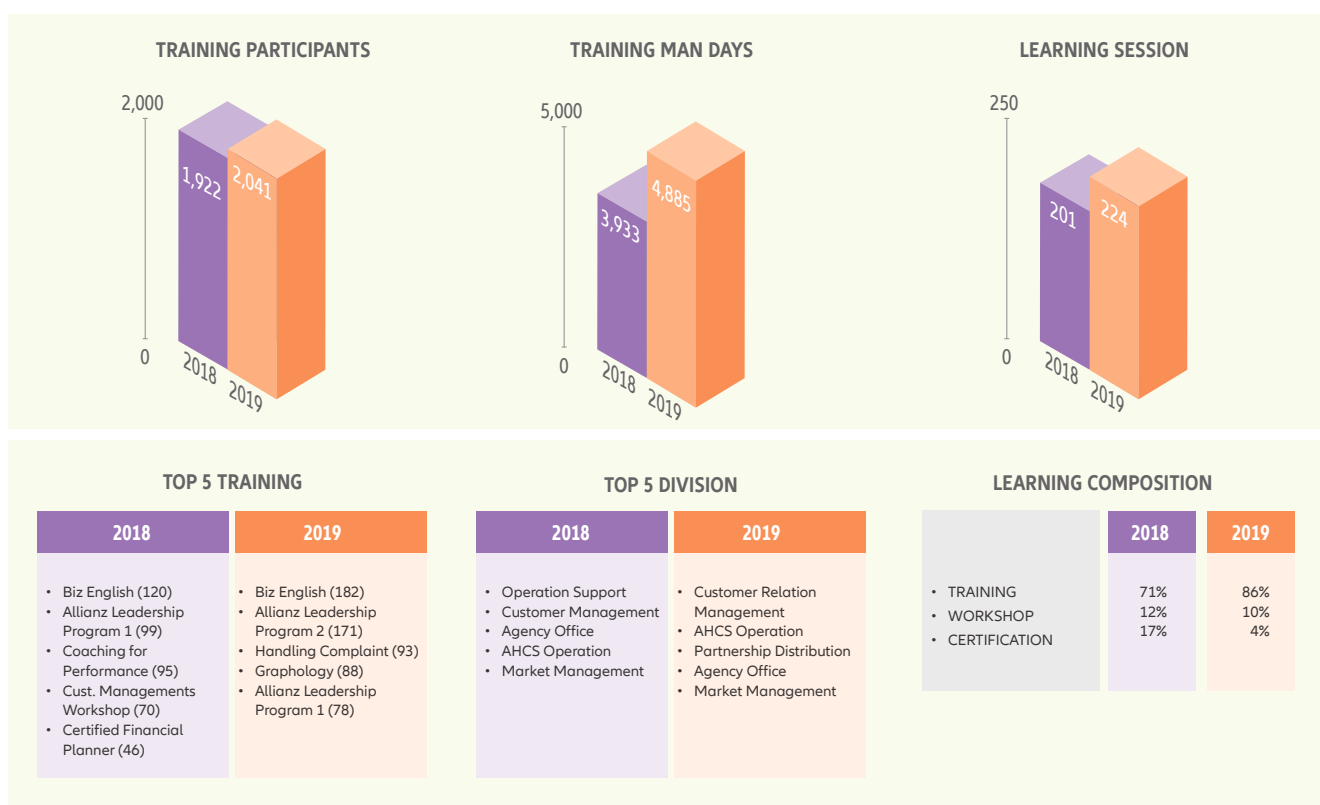
Sepanjang tahun 2019, Perusahaan menyelenggarakan total 224 sesi pelatihan baik publik maupun *in-house*. Sesi-sesi yang dirancang untuk mengasah keterampilan dan menambah pengetahuan karyawan Allianz Life Indonesia ini dikelompokkan menjadi tiga jenis; antara lain: pelatihan, lokakarya, dan program sertifikasi.

AllianzU

Throughout 2019, we held 224 public and in-house training sessions. The sessions were designed to up skill staff with trainings, workshops and certification programmes.

Sebanyak 2,041 peserta mengikuti ketiga program pelatihan tersebut. Artinya, dengan lebih dari 1.000 karyawan yang bekerja di Perusahaan, jumlah peserta tersebut menunjukkan rata-rata setiap karyawan selama tahun 2019 mengikuti dua sesi pelatihan. Satuan hari kerja (training man-days) yang terukur selama tahun 2019 adalah 4.855, atau dengan kata lain, setiap karyawan mengikuti 4-5 hari sesi pelatihan.

As many as 2,041 participants took part in all the three programmes, with more than 1,000 employees active employees attending two sessions on average throughout the year. The training days measured during the year were 4,855, or the same as having each employee take 4-5 days of training sessions.



SUMBER DAYA MANUSIA

HUMAN CAPITAL

Komposisi Sumber Daya Manusia

Allianz Life Indonesia telah membangun budaya yang selaras dengan nilai-nilai masyarakat Indonesia. Budaya kami, guna mencapai pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan, didasarkan pada visi, misi, tujuan, dan nilai-nilai Perusahaan. Hingga akhir 2019, kami telah mempekerjakan lebih dari 1.000 karyawan. Komposisi sumber daya manusia kami didasarkan pada beberapa klasifikasi, seperti tingkat pendidikan, kelompok usia dan lama bekerja.

Human Resources Composition

Allianz Life Indonesia has built a culture that aligns with the values of our people. Our culture, which is to achieve sustainable returns, is based on the Company's vision, mission, goals, and corporate values. As of the end of 2019, we employed more than 1,000 people. The composition of our human resources is based on several classifications, such as the education level, the age group and the length of employment.

Diagram berikut merangkum komposisi karyawan berdasarkan tingkat pendidikan:

Below are the diagrams that summarise the employee composition based on the education level:

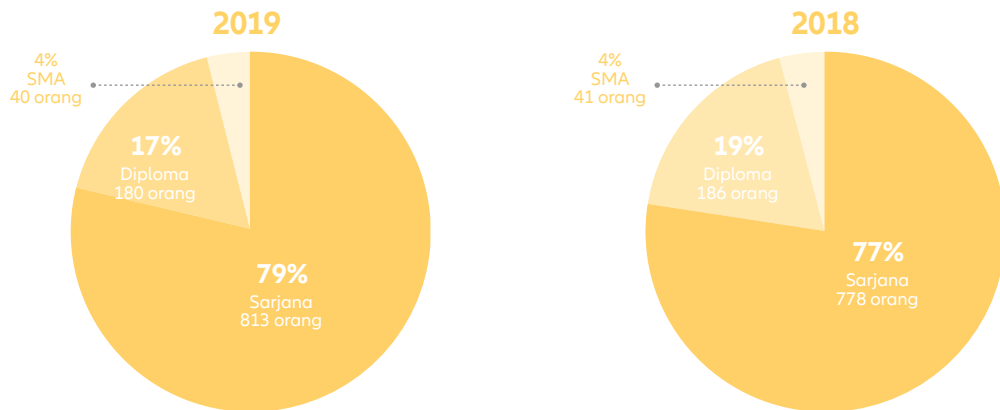


Diagram berikut merangkum komposisi karyawan berdasarkan usia:

Below are the diagrams that summarise the employee composition based on the age group:

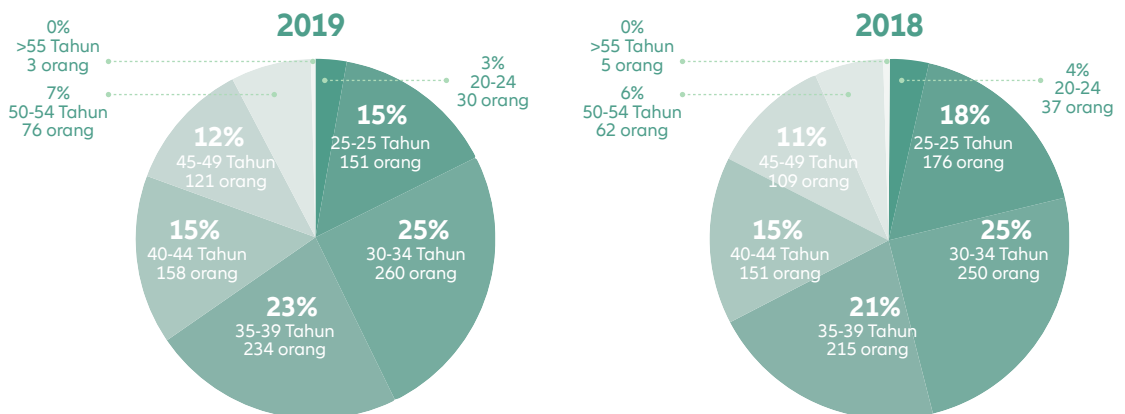


Diagram berikut merangkum komposisi karyawan berdasarkan lama bekerja:
Below are the diagrams that summarise the employee composition based on the length of services:

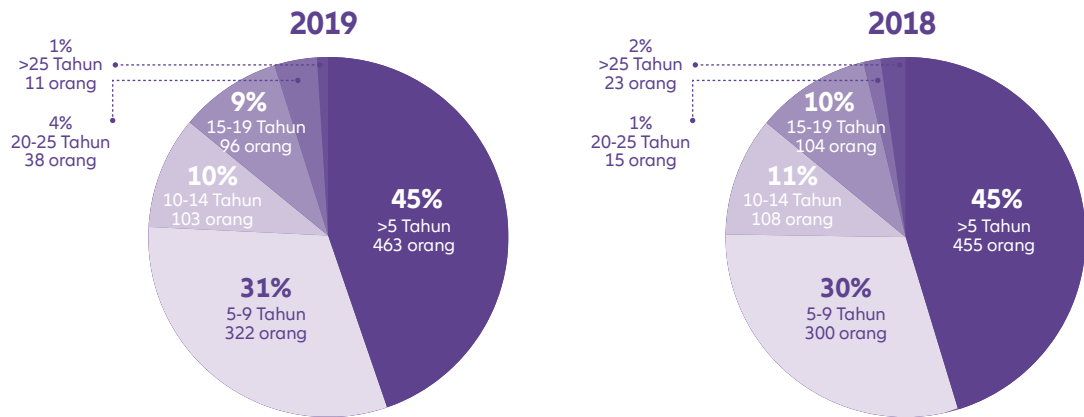


Diagram berikut merangkum komposisi karyawan berdasarkan jenis kelamin:
Below are the diagrams that summarise the employee composition based on gender:

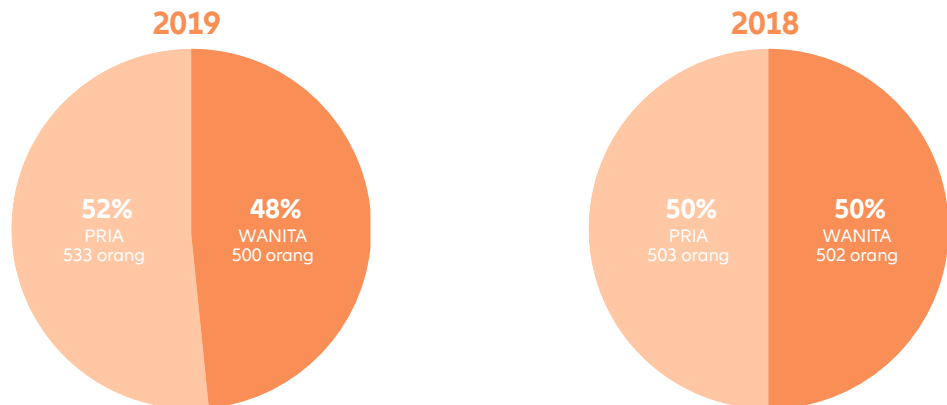
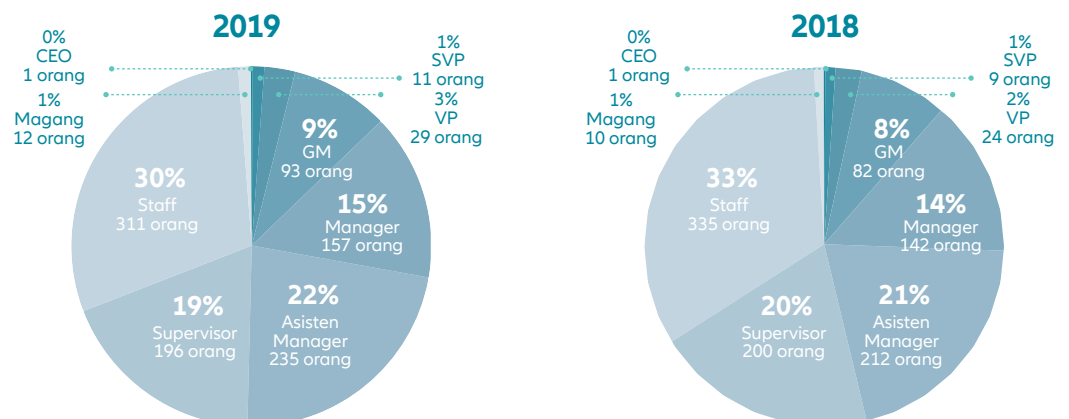
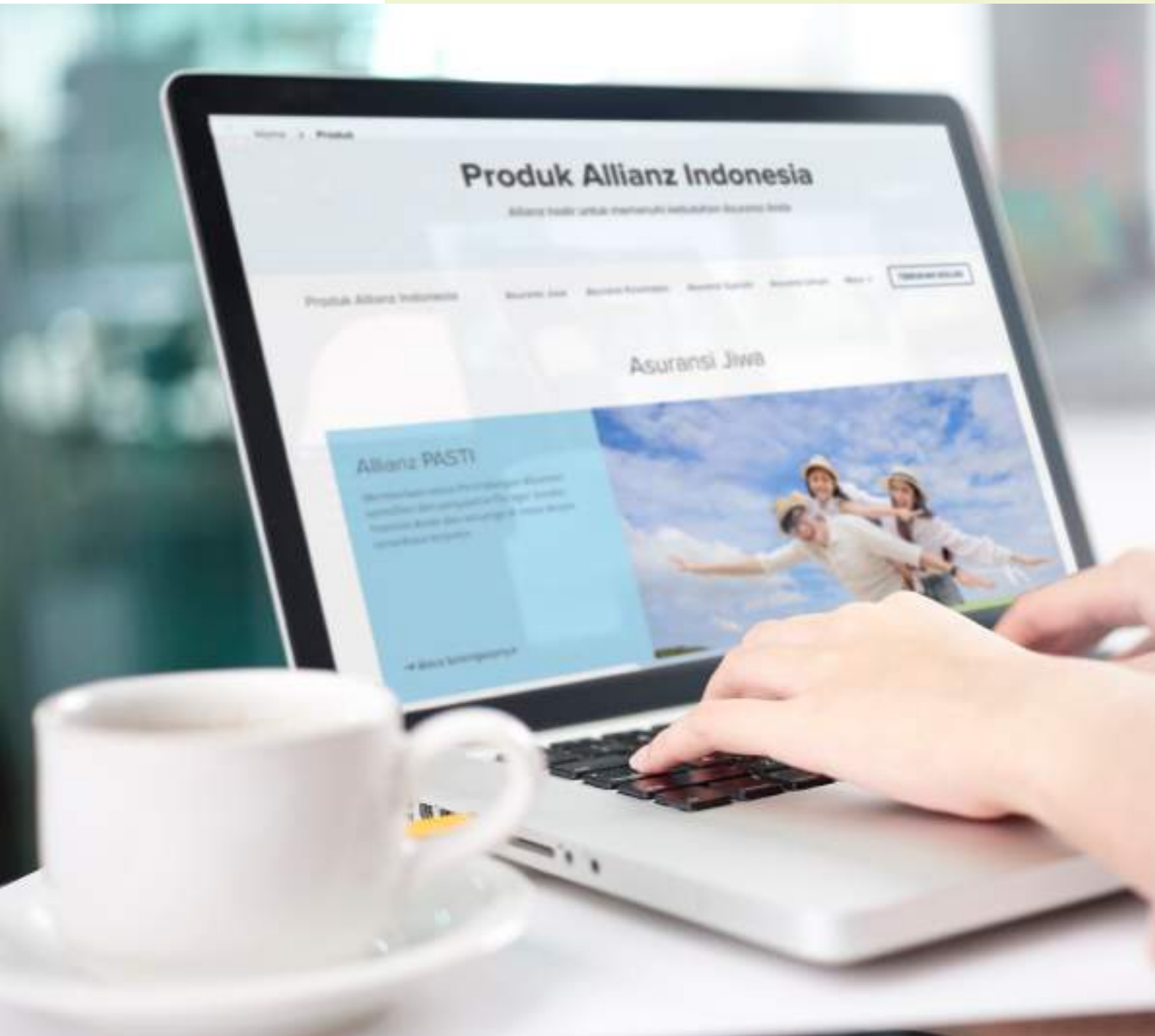


Diagram berikut merangkum komposisi karyawan berdasarkan jabatan:
Below are the diagrams that summarise the employee composition based on the position:







03

PRODUK PRODUCTS

PRODUK

PRODUCTS

ALLIANZ LIFE AGENCY



PT Asuransi Allianz Life Indonesia

**SMARTLINK
FLEXI ACCOUNT
PLUS**



PT Asuransi Allianz Life Indonesia

**SMARTLINK
NEW FLEXI
ACCOUNT**



PT Asuransi Allianz Life Indonesia

**SMART
LIFE**



PT Asuransi Allianz Life Indonesia

**SMARTLINK
MAXI FUND
PLUS**



PT Asuransi Allianz Life Indonesia

**ALLIANZ
TASBIH**



PT Asuransi Allianz Life Indonesia

**ALLISYA MAXI
FUND PLUS**



PT Asuransi Allianz Life Indonesia

**ALLISYA
PROTECTION
PLUS**



Note:

Rencana Keuangan Finance Planning

- Aset Kekayaan
Wealth Asset
- Pendidikan
Education
- Pensiun
Pension
- Perlindungan Kartu Kredit
Credit Card Protection
- Perlindungan Kesehatan
Health Protection
- Warisan
Legacy
- Perlindungan Dana Haji
Hajj Fund Protection

Segmen

Segmentation

- Lajang
Single
- Keluarga Muda
Young Family
- Keluarga Mapan
Well-Established Family

ALLIANZ BANCASSURANCE

HSBC



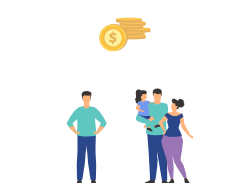
PT Asuransi Allianz Life Indonesia
CARE INVEST PLUS

Allianz



PT Asuransi Allianz Life Indonesia
OPTIMA CARE INVEST

Allianz



PT Asuransi Allianz Life Indonesia
FUTURE CARE

Allianz



PT Asuransi Allianz Life Indonesia
COLLEGE CARE

Allianz



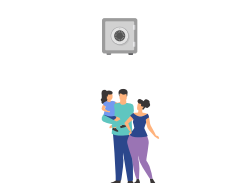
PT Asuransi Allianz Life Indonesia
HSBC CREDIT PRO PLUS

Allianz



PT Asuransi Allianz Life Indonesia
JOINT LIFE CARE

Allianz

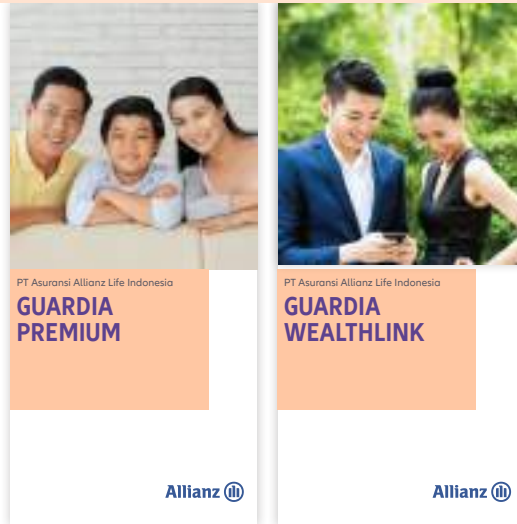


PRODUK

PRODUCTS

ALLIANZ BANCASSURANCE

BTPN



Note:

Rencana Keuangan




Finance Planning



-  Aset Kekayaan
Wealth Asset
-  Pendidikan
Education
-  Pensiun
Pension
-  Perlindungan Kartu Kredit
Credit Card Protection

-  Perlindungan Kesehatan
Health Protection
-  Warisan
Legacy
-  Tabungan Dana Haji
Hajj Fund Protection



Segmen

Segmentation

-  Lajang
Single
-  Keluarga Muda
Young Family
-  Keluarga Mapan
Well-Established Family

-  Rawat Inap
Hospitalization
-  Rawat Jalan Terkait Rawat Inap
Outpatient Related To Hospitalization

-  Rawat Jalan
Outpatient
-  Gigi
Dentist

-  Melahirkan
Birth
-  Kacamata
Glasses

ALLIANZ BANCASSURANCE

MAYBANK INDONESIA



PT Asuransi Allianz Life Indonesia
MYPROTECTION PRIMA



PT Asuransi Allianz Life Indonesia
MYPROTECTION BIJAK



PT Asuransi Allianz Life Indonesia
MYPROTECTION SEJAHTERA



PT Asuransi Allianz Life Indonesia
MYPROTECTION INVESTA



PT Asuransi Allianz Life Indonesia
MYPROTECTION JIWASIAGA



PT Asuransi Allianz Life Indonesia
MYPROTECTION JIWAGARDA



PT Asuransi Allianz Life Indonesia
MAYBANK CREDIT SHIELD



PT Asuransi Allianz Life Indonesia
MYPROTECTION ULTIMED



PRODUK

PRODUCTS

ASURANSI KESEHATAN INDIVIDU



PT Asuransi Allianz Life Indonesia
**SMARthealth
MAXI VIOLET**



PT Asuransi Allianz Life Indonesia
**SMARTMED
PREMIER**



PT Asuransi Allianz Life Indonesia
**ALLISYA
CARE**



PT Asuransi Allianz Life Indonesia
**BUKAPROTEKSI
DIRI**



Santunan harian apabila rawat inap
Daily compensation if hospitalized

KUMPULAN



PT Asuransi Allianz Life Indonesia
**SMARthealth
GROUP**



CORPORATE SOLUTIONS



PT Asuransi Allianz Life Indonesia
**SMARTSAVING
ADVANCED**



PT Asuransi Allianz Life Indonesia
**SMART
PROTECTION**



Note:



Rawat Inap
Hospitalization



Rawat Jalan Terkait Rawat Inap
Outpatient Related To Hospitalization



Rawat Jalan
Outpatient



Gigi
Dentist



Melahirkan
Birth



Kacamata
Glasses



Evakuasi & Asistensi Medis
Medical Assistance & Evacuation



Pensiun
Pension



Asuransi Jiwa
Life Insurance



Asuransi Kecelakaan Diri
Personal Accident Insurance

ASURANSI KESEHATAN MANFAAT TAMBAHAN (RIDER)

 <p>PT Asuransi Allianz Life Indonesia</p> <p>FLEXI CI</p> <p>Allianz</p>	 <p>PT Asuransi Allianz Life Indonesia</p> <p>CI 100</p> <p>Allianz</p>	 <p>PT Asuransi Allianz Life Indonesia</p> <p>CI PLUS</p> <p>Allianz</p>									
<p>STAGE</p>  <p>COVERAGE</p> <table border="1"> <tr><td>COMPREHENSIVE</td></tr> <tr><td>MAJOR</td></tr> <tr><td>COMPLETE</td></tr> </table>	COMPREHENSIVE	MAJOR	COMPLETE	<p>STAGE</p>  <p>COVERAGE</p> <table border="1"> <tr><td>COMPREHENSIVE</td></tr> <tr><td>MAJOR</td></tr> <tr><td>COMPLETE</td></tr> </table>	COMPREHENSIVE	MAJOR	COMPLETE	<p>STAGE</p>  <p>COVERAGE</p> <table border="1"> <tr><td>COMPREHENSIVE</td></tr> <tr><td>MAJOR</td></tr> <tr><td>COMPLETE</td></tr> </table>	COMPREHENSIVE	MAJOR	COMPLETE
COMPREHENSIVE											
MAJOR											
COMPLETE											
COMPREHENSIVE											
MAJOR											
COMPLETE											
COMPREHENSIVE											
MAJOR											
COMPLETE											
 <p>PT Asuransi Allianz Life Indonesia</p> <p>FLEXI CI SYARIAH</p> <p>Allianz</p>	 <p>PT Asuransi Allianz Life Indonesia</p> <p>CI ACCELERATED</p> <p>Allianz</p>	 <p>PT Asuransi Allianz Life Indonesia</p> <p>SMARTMED CANCER</p> <p>Allianz</p>									
<p>STAGE</p>  <p>COVERAGE</p> <table border="1"> <tr><td>COMPREHENSIVE</td></tr> <tr><td>MAJOR</td></tr> <tr><td>COMPLETE</td></tr> </table>	COMPREHENSIVE	MAJOR	COMPLETE	<p>STAGE</p>  <p>COVERAGE</p> <table border="1"> <tr><td>COMPREHENSIVE</td></tr> <tr><td>MAJOR</td></tr> <tr><td>COMPLETE</td></tr> </table>	COMPREHENSIVE	MAJOR	COMPLETE				
COMPREHENSIVE											
MAJOR											
COMPLETE											
COMPREHENSIVE											
MAJOR											
COMPLETE											

Note:

STAGE



Critical Illness Stage:

Early
Intermediate
Advanced

COVERAGE



Critical Illness (Ci) Coverage

Major : Coverage Up To 49 Ci Conditions
Complete : Coverage Up To 100 Ci Conditions
Comprehensive: Coverage Up To 168 Ci Conditions

PRODUK

PRODUCTS

ASURANSI KESEHATAN MANFAAT TAMBAHAN (RIDER)



PT Asuransi Allianz Life Indonesia
HOSPITAL & SURGICAL CARE PREMIER



PT Asuransi Allianz Life Indonesia
HOSPITAL & SURGICAL CARE PREMIER X



PT Asuransi Allianz Life Indonesia
HOSPITAL & SURGICAL CARE+



PT Asuransi Allianz Life Indonesia
HOSPITAL & SURGICAL CARE PREMIER SYARIAH



PT Asuransi Allianz Life Indonesia
HOSPITAL & SURGICAL CARE PREMIER X SYARIAH



PT Asuransi Allianz Life Indonesia
ALLISYA HOSPITAL & SURGICAL CARE+



Note:



Rawat Inap

Hospitalization



Rawat Jalan Terkait Rawat Inap

Outpatient Related To Hospitalization



Rawat Jalan

Outpatient



Gigi

Dentist



Melahirkan

Birth



Kacamata

Glasses



Evakuasi & Asistensi Medis

Medical Assistance & Evacuation



Perlindungan Cacat Tetap

Permanent Disability Protection



Warisan

Legacy



Perlindungan Pembayaran Premi

Premium Payment Protection

Segmen

Segmentation



Lajang

Single



Keluarga Muda

Young Family



Keluarga Mapan



Well-Established Family

ASURANSI NON KESEHATAN MANFAAT TAMBAHAN (RIDER)

				
PT Asuransi Allianz Life Indonesia TOTAL PERMANENT DISABILITY & TOTAL PERMANENT DISABILITY ACCELERATED	PT Asuransi Allianz Life Indonesia TERM LIFE	PT Asuransi Allianz Life Indonesia PAYOR & SPOUSE PAYOR PROTECTION	PT Asuransi Allianz Life Indonesia PAYOR & SPOUSE PAYOR BENEFIT	PT Asuransi Allianz Life Indonesia ACCIDENTAL DEATH & DISABLEMENT BENEFIT
Allianz	Allianz	Allianz	Allianz	Allianz



ASURANSI JIWA MIKRO

	
PT Asuransi Allianz Life Indonesia SEKOCI	PT Asuransi Allianz Life Indonesia PAYUNG KELUARGA
Allianz	Allianz



DANA INVESTASI


PT Asuransi Allianz Life Indonesia DANA INVESTASI
Allianz



- Total 60 Funds
- 23 Funds Unit Link
- IDR/ USD
- Onshore/Offshore
- Tersedia sesuai:
 - (Available according to)
 - Profil risiko (Risk Profile)
 - Tujuan (Purpose)
 - Jangka waktu investasi (Investment Period)

Note:



Jenis/ Type

Dapat Dimiliki Secara Terpisah
Can Be Obtained Individually
Harus Bersama Dengan Pinjaman
Have To Be With Loan



Manfaat/ Benefit

Meninggal Dunia
Death
Sisa Cicilan Pinjaman
Remaining Loan Installments





INSURING MORE PEOPLE





04

ANALISA & PEMBAHASAN MANAJEMEN

MANAGEMENT DISCUSSION & ANALYSIS

- 96 Ikhtisar Keuangan
Financial Highlights
- 98 Tinjauan Keuangan
Financial Review
- 100 Tinjauan Bisnis
Business Review
- 108 Tinjauan Operasional
Operational Review

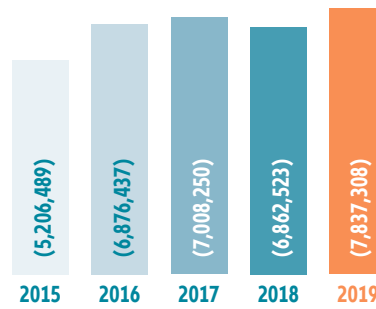
IKHTISAR KEUANGAN

FINANCIAL HIGHLIGHTS

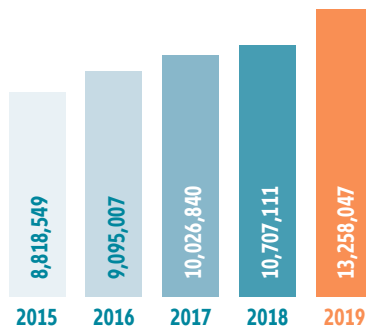
Keterangan	2019	2018	2017	2016	2015	Information
Pendapatan Premi Bruto	13,258,047	10.707.111	10,026,840	9,095,007	8,818,549	Gross Written Premium
Premi yang Disetahunkan	3,183,156	2.451.393	2,403,049	2,195,295	1.831.988	Annualized Net Premium
Beban Klaim	(7,837,308)	(6,862,523)	(7,008,250)	(6,876,437)	(5.206.489)	Claims Expenses
Pendapatan Investasi Bruto	2,480,807	419,925	3,717,209	2,815,166	273,654	Gross Investment Income
Beban Usaha	(3.385.889)	(3,467,219)	(3,330,916)	(2,727,280)	(2,369,658)	Operational Expenses
Laba Sebelum Pajak	1,526,888	899,975	329,564	905,890	903,774	Profit Before Tax
Laba Bersih	1,178,485	792,759	313,767	899,433	806,099	Net Income
Jumlah Aset	38,345,232	35,266,933	35,887,601	31,636,173	28,740,119	Total Assets
Jumlah Investasi	34,242,336	31,725,506	32,382,231	28,278,091	26,311,875	Total Investment
Jumlah Kewajiban & Cadangan Teknis	29,736,009	27,304,202	27,663,206	24,436,046	22,909,265	Total Liabilities & Technical Reserve
Ekuitas	6,511,324	5,768,100	6,030,989	5,381,290	4,355,995	Equity
Dana Tarbarru	326,150	593,657	548,309	477,453	369,858	Tabarru Fund
Risk-Based Capital (RBC)	340%	328%	379%	374%	391%	Risk-Based Capital (RBC)



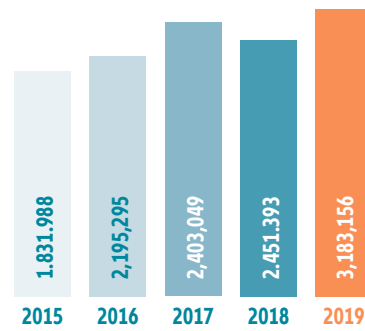
Pembayaran Klaim & Manfaat
Claims & Benefit Payments
dalam juta Rp / in Rp million



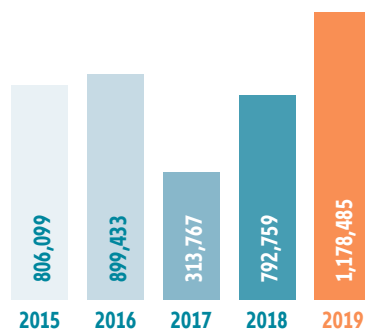
Premi Bruto
Gross Written Premium
dalam juta Rp / in Rp million



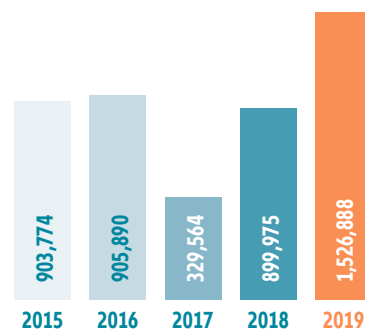
Premi yang Disetahunkan
Annualized Net Premiums
dalam juta Rp / in Rp million



Laba Bersih
Net Income
dalam juta Rp / in Rp million



Laba Sebelum Pajak
Profit Before Tax
dalam juta Rp / in Rp million



TINJAUAN KEUANGAN

FIANNCIAL REVIEW

Pertumbuhan ekonomi Indonesia tidak terlepas dari pertumbuhan industri asuransi. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), Indonesia berhasil mempertahankan pertumbuhan ekonominya di kisaran 5% pada tahun 2019, yaitu sebesar 5,02%, meskipun pertumbuhannya lebih rendah dari tahun sebelumnya sebesar 5,17%.

Menurut data Otoritas Jasa Keuangan (OJK), kinerja industri asuransi menunjukkan pertumbuhan yang cukup membanggakan, dengan peningkatan pertumbuhan aset yang cukup baik dalam kurun lima tahun terakhir, dari Rp807,7 triliun menjadi Rp1.325,7 triliun pada Desember 2019. Nilai investasi industri juga mengalami peningkatan pada periode yang sama, dari Rp648,3 triliun pada tahun 2018 menjadi Rp1.141,8 triliun pada tahun 2019. Tidak kalah penting, pertumbuhan tahunan premi asuransi komersial sebesar 6,1% pada tahun 2019 menjadi Rp261,65 triliun.

*Sumber: Statistik Asuransi OJK 2018 dan 2019

Tinjauan Keuangan

Allianz Life Indonesia terus mencatatkan pertumbuhan yang kuat dengan pencapaian dua digit selama tahun 2019. Pertumbuhan tersebut tercermin dari peningkatan jumlah Pendapatan Premi Bruto (PPB) sebesar 23,8%, dari Rp10,71 triliun pada 2018 menjadi Rp13,26 triliun pada 2019. Total PPB pada tahun 2019 merupakan dua pendorong utama, dimana saluran Bancassurance memberikan kontribusi terbesar dengan persentase 48,2%, disusul oleh Allianz Star Network sebagai saluran distribusi tenaga pemasaran dengan kontribusi 47,4%.

Dengan semakin banyaknya produk yang mengedepankan perlindungan dan solusi komprehensif, Allianz Life Indonesia membayarkan lebih dari 262.000 klaim dan manfaat asuransi senilai Rp7,8 triliun di tahun 2019, atau naik 14,2% dibandingkan tahun sebelumnya. Komitmen Perusahaan menunjukkan kesehatan keuangan yang dapat diukur dengan *Risk-Based Capital Ratio* (RBC), yang mencapai 340% per Desember 2019.

Indonesian economic growth is inseparable from that of the insurance industry. Based on the data from the Central Statistics Agency (BPS), Indonesia managed to maintain its economic growth in the range of 5.02% in 2019, despite being lower than the previous year at 5.17%.

The performance of the insurance industry demonstrated commendable growth, according to data from the Financial Services Authority (OJK). The asset growth in the industry shows a favourable increase in the last five years, from Rp807.7 trillion to Rp1,325.7 trillion in December 2019. The industry's investment value also experienced a significant increase in the same period from Rp648.3 trillion in 2018 to Rp1,141.8 trillion in 2019. Also worth mentioning is a 6.1% annual growth of commercial insurance premiums in 2019 to Rp261.65 trillion.

**Source: 2018 and 2019 OJK Insurance Statistics*

Financial Review

Allianz Life Indonesia continued to record robust growth with double-digit achievements during 2019. The growth was reflected in a 23.8% increase in the gross written premiums (GWP) from Rp10.71 trillion in 2018 to Rp13.26 trillion in 2019. The total GWP in 2019 constitutes two main drivers, with the Bancassurance channel being the largest with 48.2%, followed by the Allianz Star Network as the agency distribution channel with 47.4%.

With more products that provide comprehensive protection and solutions, Allianz Life Indonesia disbursed more than 262,000 insurance claims and benefits worth Rp7.8 trillion in 2019, or up 14.2% from the previous year. Our commitment represents financial health that can be measured by assessing its Risk-Based Capital Ratio (RBC), which stood at 340% as of December 2019.

Berdasarkan laporan Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI), pada triwulan IV 2019, Allianz Life Indonesia mencatatkan peningkatan *Weighted New Business Premium** sebesar 18,2%, melampaui rata-rata pertumbuhan pasar sebesar 11,1%. Selain itu, Allianz Life Indonesia mencatatkan kenaikan *Total Weighted Premium*** sebesar 20,7%, jauh melebihi rata-rata pertumbuhan pasar sebesar 7,6%. Selain itu, Allianz Life Indonesia menduduki peringkat pertama dalam *e-commerce* dengan pertumbuhan PPB sebesar 72% di tahun 2019.

Komitmen kami untuk memberikan layanan yang lebih nyaman kepada para nasabah juga telah dibuktikan melalui strategi multi-distribusi kami. Kami telah meningkatkan keunggulan layanan kami dengan menyediakan kenyamanan dan pengalaman unik; dimulai dari saat nasabah mengajukan pertanggungan asuransi hingga mereka mengajukan klaim. Pada tahun 2019 membayar klaim sebesar Rp7,8 triliun, turun 14,2% dibandingkan pada tahun 2018 sebesar Rp6,9 triliun.

Setelah dikurangi biaya operasional dan pajak penghasilan, laba bersih Perusahaan melonjak menjadi Rp1,18 triliun, meningkat 48,7% dibandingkan tahun sebelumnya yang mencatatkan laba bersih sebesar Rp792,76 miliar. Melihat ketidakpastian global di tahun politik Indonesia, pencapaian ini dapat dikatakan cukup baik.

Pencapaian lain yang cukup memuaskan adalah jumlah aset yang dikelola sebesar Rp40,18 triliun atau meningkat 14% dibandingkan Rp35,33 triliun yang dibukukan di tahun sebelumnya.

Selain itu, dengan kondisi pasar yang bergejolak, kami mampu mengelola 60 jenis dana investasi dengan baik. Beberapa dana yang paling banyak dipilih nasabah kami antara lain *SmartLink Equity Fund*, *SmartLink Balanced Fund*, dan *SmartLink Fixed Income Fund*; masing-masing memiliki dana kelolaan sebesar Rp10,17 triliun, Rp2,16 triliun, dan Rp1,35 triliun.

Pencapaian di atas telah memberikan kontribusi yang berarti terhadap posisi aset Perusahaan per 31 Desember 2019 yang mencapai Rp38,35 triliun, meningkat 8,7% dari Rp35,27 triliun di tahun sebelumnya. Pada akhir tahun buku 2019, tercatat peningkatan ekuitas Perusahaan sebesar 12,9%, dari Rp5,77 triliun pada tahun 2018 menjadi Rp6,51 triliun.

* *Weighted New Business Premium* = 10% premi tunggal + 100% premi tahun pertama

***Total Weighted Premium* = 10% premi tunggal + 100% premi tahun pertama + 100% premi perpanjangan

* *Weighted New Business Premium* = 10% single premium + 100% first-year premium

***Total Weighted Premium* = 10% single premium + 100% first-year premium + 100% renewal premium

A report from the Indonesian Life Insurance Association (AAJI) indicated that in the fourth quarter of 2019, Allianz Life Indonesia recorded an 18.2% increase in Weighted New Business Premiums, surpassing the average market growth of 11.1%. In addition, Allianz Life Indonesia saw a 20.7% increase in Total Weighted Premiums**, far surpassing the average market growth that stood at 7.6%. Furthermore, Allianz Life Indonesia ranked first in e-commerce with a GWP growth of 72% in 2019.*

Our commitment to providing a more convenient service to our customers has also been proven through our multi-distribution strategy. We improved our service excellence with convenience and unique experiences; from the day the customers apply for insurance coverage to the day they may file a claim. In 2019 paid claims sat at Rp7.8 trillion, a decrease of 14.2% compared to Rp6.9 trillion paid in 2018.

After deducting operating expenses and income tax, Allianz's net income soared to Rp1.18 trillion, an increase of 48.7% compared to Rp792.76 billion recorded in the previous year. It was an achievement, indeed, considering the global uncertainties in the Indonesian political year.

Another outstanding achievement was our Asset Under Management (AUM), which was documented at Rp40.18 trillion or an increase of 14% compared to the previous year at Rp35.33 trillion.

Furthermore, despite volatile market conditions, we were able to manage our 60 types of funds extremely well. Some of the most popular funds were SmartLink Equity Fund, SmartLink Balanced Fund, and SmartLink Fixed Income Fund; each having the managed fund of Rp10.17 trillion, Rp2.16 trillion, and Rp1.35 trillion, respectively.

The above achievements contributed to the position of the Allianz's assets, which as of 31 December 2019 stood up at Rp38.35 trillion, up 8.7% from Rp35.27 trillion recorded in the previous year. The end of the 2019 financial year also saw an increase of 12.9% in the Company's equity, from Rp5.77 trillion in 2018 to Rp6.51 trillion.

TINJAUAN BISNIS

BUSINESS REVIEW

Allianz Star Network

Kinerja Bisnis di tahun 2019

Allianz Star Network (ASN) adalah saluran distribusi utama Perusahaan. Penjualan bertumbuh seiring dengan produktivitas. Penambahan agen *millennial* ke dalam demografi tenaga pemasaran telah berkontribusi pada pertumbuhan ini.

Agen-agen muda ini menjadi pintu gerbang untuk menembus generasi muda karena mereka memperkenalkan layanan asuransi secara nyaman, cepat, dan andal.

ASN memberikan kontribusi 47.4% atau sebesar Rp6.28 triliun dari keseluruhan Pendapatan Premi Bruto (PPB) Perusahaan sebesar Rp13.26 triliun di tahun 2019. ASN akan terus mengembangkan strategi untuk memberikan perlindungan kepada lebih banyak masyarakat Indonesia.

Strategi Pengembangan Bisnis di 2019

Allianz Life Indonesia menghargai ASN sebagai salah satu penggerak penting guna memajukan Perusahaan. Sejalan dengan tujuan untuk meningkatkan produktivitas, jumlah agen ASN pada tahun 2019 mengalami peningkatan. Hal ini menyebabkan peningkatan GWP sebesar 34% jika dibandingkan dengan tahun lalu. Komposisi agen *millennial* lebih tinggi pada 2019 dan lebih dari separuh jumlah total agen ASN. Ini menunjukkan bahwa strategi tahun-tahun sebelumnya dan fokus berkelanjutan kami dalam merekrut agen *millennial* telah berhasil.

Kompetensi Agensi

Sepanjang tahun 2019, kami telah mengadakan berbagai sesi pelatihan, *workshop*, dan seminar untuk meningkatkan produktivitas dan kompetensi agen kami. Fokus topik tetap pada pertumbuhan bisnis Agensi, mempertahankan kualitas layanan yang tinggi, dan memberikan pengalaman yang sangat baik kepada nasabah.

Terdapat 1.911 sesi yang dilaksanakan di tahun 2019, antara lain *Basic Training Program* (BTP), *Fast Track to Management* (FT2M), dan *Continuous Professional Development* (CPD). Jumlah kelas pelatihan pada tahun 2019 mengalami peningkatan sebesar 35% dimana kami melihat peningkatan partisipasi sebesar 10% dibandingkan tahun 2018.

Pada 2019, ASN *Learning Management System* (LMS), *platform* pembelajaran digital, kepada tenaga penjualannya.

Allianz Star Network

Business Performance in 2019

The Allianz Star Network (ASN) is the Company's main distribution channel. Sales have grown in tandem with productivity. The addition of *millennial* agents into its sales force demographic has contributed to this growth.

These young agents provide a gateway to penetrate the younger generation by introducing insurance services in a convenient, fast and reliable way.

ASN contributed a strong 47.4% of our Gross Written Premiums (GWP) or Rp6.28 trillion out of Rp13.26 trillion GWP that our Company recorded for the year. ASN will continue to grow in its efforts to insure more people.

Business Growth Strategy in 2019

Allianz Life Indonesia values ASN as one of its crucial engines that drives our Company forward. In line with the objective of improving productivity, the number of ASN agents in 2019 has slightly increased. This has led to an increase of 34% of GWP when compared to last year. The composition of *millennial* agents was higher in 2019 and is more than half of the total number of ASN agents. This shows that our prior year strategy and continued focus of recruiting *millennial* agents have been successful.

Agency Competency

Throughout 2019, we have held various training sessions, workshops and seminars to boost productivity and to enhance our agents' competencies. The focus of the topic remains on growing agency business, maintaining high quality of services and providing excellent customer experience.

There were 1,911 sessions being conducted in 2019, including *Basic Training Programme* (BTP), *Fast Track to Management* (FT2M), and *Continuous Professional Development* (CPD). The number of training classes in 2019 has increased by 35% where we see an increase of 10% of participation compared to 2018.

In 2019, ASN introduced the *Learning Management System* (LMS), a digital learning platform, to its sales force.

Sistem ini diluncurkan sebagai uji coba kepada agen terpilih dan terbukti dapat mempercepat kemajuan pembelajaran mereka. LMS bertujuan untuk menyediakan materi pelatihan berkualitas secara *online* yang dapat diakses oleh semua agen setiap saat. Hal ini memungkinkan agen untuk mengatur kecepatan pembelajaran mereka sendiri. Pada tahun 2020, LMS akan diluncurkan ke semua agen.

Prospek & Rencana Bisnis 2020

Di tahun 2020, kami akan melanjutkan strategi merekrut agen *millennial*, melengkapi agen dengan perangkat digital, meningkatkan kualitas dan pengalaman nasabah kami.

Allianz Discover, yang diluncurkan pada tahun 2019, akan terus menjadi cara yang disukai oleh agen kami untuk berinteraksi dengan nasabah. Pengalaman nasabah kami akan semakin sempurna dengan penerbitan polis yang lebih cepat. Hanya dalam waktu lima menit sejak nasabah mengirimkan aplikasi asuransi secara online, mereka dapat langsung terlindungi dan menerima polis elektronik di email mereka.

Allianz Health and Corporate Solutions Kinerja Bisnis 2019

Allianz Health and Corporate Solutions (AHCS) berfokus untuk menyuguhkan pengalaman yang luar biasa kepada nasabah. Berkat penyediaan produk dan layanan asuransi kesehatan yang inovatif yang bernilai tambah tersendiri, AHCS di masa lalu, saat ini, dan masa depan terus menuai kesuksesan.

Pada tahun 2019, AHCS memberikan kontribusi GWP sebesar Rp1,8 triliun, meningkat 21,9% dibandingkan Rp2,3 triliun yang dibukukan pada tahun sebelumnya.

Strategi Pengembangan Bisnis 2019

AHCS menunjukkan komitmennya untuk selalu menyediakan produk yang kompetitif dengan tetap mempertahankan keunggulan layanan.

Pada Januari 2019, AHCS meluncurkan asuransi kesehatan tambahan baru yaitu *Hospital & Surgical Care Premier (HSCP)*. Asuransi tambahan ini menyediakan paket nasional & internasional, yang dapat dipilih oleh nasabah. Dengan meningkatnya permintaan asuransi kesehatan, peluncuran HSCP berhasil menciptakan momentum pertumbuhan bisnis.

Kami telah meluncurkan banyak produk dan saluran distribusi sepanjang tahun. Pada April 2019, kami meluncurkan produk kesehatan digital pertama di pasaran melalui platform Bukalapak.

This system was launched as a pilot to selected agents and it was proven to have accelerated their learning progress. LMS is aimed to provide quality training materials online, accessible to all agents at all time. This allows the agents to manage their own learning pace. In 2020, LMS is set to roll out to all agents.

Prospect & Business Plan in 2020

In 2020, we will continue with our strategy of recruiting more millennial agents, equipping all agents with various digital tools, continuously improving quality and enhancing the experience of our customers.

Allianz Discover, which was launched in 2019, will continue to be the preferred way for our agents to engage with their customers. We will aim to enhance our customers' experiences with faster policy processing. Customers will be protected swiftly within 5 minutes from sending their online application to receiving the electronic policy in their email.

Allianz Health & Corporate Solutions Business Performance in 2019

Allianz Health and Corporate Solutions (AHCS) focuses on delivering excellent customer experiences. Providing innovative health insurance products and services with added values is the driving force behind the success of AHCS in the past, at present, and for the future.

In 2019, AHCS contributed a GWP of Rp1.8 trillion, an increase of 21.9% compared to Rp2.3trillion booked in the previous year.

Business Growth Strategy in 2019

AHCS demonstrated its serious commitment to always providing competitive products while maintaining service excellence.

In January 2019, the AHCS launched a new health insurance rider, Hospital & Surgical Care Premier (HSCP). This rider provides both national and international plans, as chosen by customers. With the increasing demand of health insurance, the launch of HSCP managed to create the momentum for business growth.

More products and distribution channels were launched throughout the year. In April 2019, the first of its kind- a fully digital health product, was launched on the Bukalapak marketplace platform.

TINJAUAN BISNIS

BUSINESS REVIEW

Buka Proteksi Diri, menawarkan santunan harian rumah sakit yang dapat dibeli secara online dan klaimnya juga dapat diajukan secara online agar nasabah dapat memperoleh kenyamanan kapanpun dan dimanapun.

Sementara itu, Allianz X, unit investasi digital Allianz Group, telah berinvestasi di Halodoc, platform layanan kesehatan online Indonesia. Investasi yang diumumkan pada 25 Juli 2019 ini akan digunakan untuk memperluas layanan kesehatan Halodoc dan ketersediaannya di seluruh Indonesia.

Investasi di Halodoc dan peluncuran produk Buka Proteksi di platform e-commerce Bukalapak menunjukkan komitmen Allianz dalam memberikan akses asuransi kesehatan yang lebih luas, terutama melalui saluran digital. Inisiatif ini juga akan melengkapi rangkaian Perawatan Kesehatan dan Ekosistem Kesehatan kami yang menyediakan layanan yang penuh kenyamanan bagi nasabah.

Menjawab kebutuhan yang terus meningkat terhadap produk asuransi kesehatan, pada 18 November 2019, AHCS kembali meluncurkan produk asuransi kesehatan lainnya yaitu Hospital & Surgical Care Premier X (HSCP X). Produk ini merupakan generasi penerus dari asuransi kesehatan tambahan yang diluncurkan pada Januari tahun yang sama. HSCP X memberikan Perlindungan Ekstra, Paket Ekstra untuk dipilih, dan Layanan Ekstra.

Prospek & Rencana Bisnis 2020

AHCS akan terus fokus pada pengembangan produk inovatif, untuk mengamankan pertumbuhan bisnis. Di tahun 2020, kami juga akan melanjutkan inovasi kami dalam proses bisnis. Semua nasabah Individual Life dapat mengakses layanan telekonsultasi gratis dari Halodoc - sebagai keuntungan tambahan yang diberikan kepada nasabah.

Allianz Life Bancassurance Kinerja Bisnis 2019

Kinerja bisnis Bancassurance terus berkembang dengan baik. Berdasarkan laporan dari Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI), Unit Linked Bancassurance Allianz Life mencatatkan pertumbuhan yang tinggi yaitu 36%, dibandingkan dengan perusahaan asuransi lain yang masuk dalam Top 10, yang rata-rata mengalami penurunan 0,1%.

Buka Proteksi Diri, offers hospital cash plan covers that can be purchased online and claims can also be submitted online to provide total convenience anytime, anywhere.

Meanwhile, Allianz X, the digital investment unit of the Allianz Group, has invested in Halodoc, an Indonesian online healthcare platform. The investment, which was announced on 25 July 2019, will be used to expand Halodoc's healthcare services and their availability throughout Indonesia.

The investment in Halodoc and the launch of the Buka Proteksi product on the Bukalapak e-commerce platform shows Allianz's commitment in providing greater access to health insurance, especially through digital channels. This also complements our range of Healthcare and Health Ecosystem which provides customers with convenient services.

Following the continued demands for health insurance products, on 18 November 2019, AHCS launched another health insurance rider on Hospital & Surgical Care Premier X (HSCP X). This product is the next generation of the rider launched in January the same year. HSCP X provides Extra Protection, Extra Plans to choose from and Extra Services.

Business Prospect & Plan for 2020

The AHCS will continue focusing on developing innovative products in order to secure business growth. In 2020, we will also continue with our business processes innovation.. All Individual Life customers will be able to access free tele-consultation services from Halodoc – an additional benefit given to the customers.

Allianz Life Bancassurance Business Performance in 2019

The performance of Bancassurance business continued to progress well. Based on a report from the Indonesian Life Insurance (AAJI), Allianz Life's Unit Linked Bancassurance documented its high growth at 36%, compared to the other insurance companies among the Top 10, which experienced an average of 0.1% decrease.

Di tahun yang sama, kami mencatat peristiwa bersejarah yang memperkuat posisi kami, dengan tiga mitra perbankan utama, yaitu HSBC, Maybank dan BTPN. Ketiga bank tersebut juga mencatatkan pertumbuhan yang lebih tinggi dari rata-rata pertumbuhan industri. Kolaborasi Allianz Life Indonesia dengan bank-bank tersebut semakin memantapkan Perusahaan untuk menghadirkan lebih banyak ragam produk dan layanan terbaik. Untuk menjaga keunggulan layanan, kami secara teratur mengadakan sesi pelatihan yang lebih terstruktur, baik untuk agen kami maupun tim mitra perbankan.

Strategi Pengembangan Bisnis 2019

Bancassurance Allianz Life Indonesia telah melangkah menuju tingkatan baru, dengan terobosan dalam memenuhi kebutuhan nasabah terhadap produk asuransi dan investasi yang lebih bervariasi. Di tahun 2019, kolaborasi kami dengan para mitra perbankan menghasilkan peluncuran sejumlah produk asuransi dan investasi baru dalam meningkatkan pengalaman nasabah dan mengikuti perkembangan tren pasar.

Untuk merampingkan otomatisasi dan penyederhanaan proses, kami melengkapi semua *Insurance Specialist* (IS) yang ditugaskan di mitra perbankan dengan iPad. Tujuannya adalah untuk memberikan pengalaman pembelian asuransi yang lebih baik kepada nasabah.

Kami juga telah membangun kemitraan digital untuk memasarkan produk asuransi kami melalui bekerja sama dengan *platform e-commerce*, seperti Bukalapak, *Go-Sure* (dari Gojek), dan Pasar Polis (*platform aggregator asuransi*).

Proyeksi & Rencana Bisnis 2020

Kami akan fokus pada pengembangan inisiatif strategis dengan menjadi yang terdepan dalam memberikan layanan prima kepada nasabah lama dan baru. Untuk melakukan ini, kami menargetkan untuk meluncurkan produk yang luar biasa dan asuransi tambahan untuk memenuhi kebutuhan nasabah. Kami juga mengupayakan yang terbaik untuk menambah variasi unit link lain untuk memenuhi permintaan produk investasi yang semakin meningkat.

Selain itu, kami akan terus meningkatkan otomatisasi dan penyederhanaan proses untuk meningkatkan pengalaman nasabah dan distributor kami, serta menyelenggarakan pelatihan-pelatihan untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan sumber daya manusia kami.

Terakhir, kami akan menambah saluran penjualan kami dari mitra perbankan, telemarketing, distribusi langsung oleh layanan nasabah di mitra perbankan, serta saluran digital.

In the same year, we inked a historical event that has so far strengthened our position by partnering with three main partnering banks, namely HSBC, Maybank and BTPN. These three banks also recorded growth higher than the industry average growth. The collaboration of Allianz Life Indonesia with the aforementioned banks has reinforced our commitment to providing more great products and services. To maintain service excellence, we regularly conduct structured training sessions for both our agents and partnering bank' teams.

Business Growth Strategy in 2019

Allianz Life Indonesia's Bancassurance has been taking insurance to a new level, with breakthrough performance to meet the needs of customers for more varied insurance and investment products. In 2019, our collaboration with our banking partners led to the launch of a number of new insurance and investment products to enhance customer experiences and keep updated with the market trends.

To streamline process automation and simplification, iPads were given to all insurance specialists (IS) who were assigned to our banking partners to ensure better insurance purchase experiences.

We have also built a digital partnership to market our insurance products by collaborating with e-commerce platforms, such as Bukalapak, So-Sure (from Gojek), and Pasar Polis (an insurance aggregator platform).

Business Prospect & Plan for 2020

We will focus on developing strategic initiatives and delivering service excellence to existing and new customers. To do this, we aim to launch outstanding products and their riders to meet the growing needs of customers. We will also add more varied unit link funds to meet the increasing demand for such investment products.

Furthermore, we will keep improving our process automation and simplification to enhance our customers' and distributor experiences, and we will continue conducting training sessions to up skill our human resources.

Last but not least, we will add our sales channels in bank distributor, telemarketing, direct distribution avenues by customer service at the partnering banks, as well as a digital channels.

TINJAUAN BISNIS

BUSINESS REVIEW

Pada Februari 2020, PT Bank QNB Indonesia telah resmi menjadi mitra distributor baru kami. Untuk mengikuti tren pasar dan tetap berada di posisi puncak industri, kami juga mengincar kemitraan dengan lebih banyak bank dan platform e-commerce.

Emerging Consumers Kinerja Bisnis 2019

Allianz Life Indonesia telah memperkuat posisinya di industri dan pasar masyarakat prasejahtera. Di tahun 2019, Allianz Life Indonesia melakukan proyek kolaboratif dengan Perusahaan jasa pembayaran elektronik, seperti Truemoney, PEDE dan Invissee, komunitas Young on Top (YOT), serta platform e-commerce Bukalapak. Pada 2019, Allianz Life Indonesia membukukan kenaikan pendapatan premi sebesar 8,8% menjadi Rp90,9 miliar. Kontribusi pendapatan terbesar berasal dari produk asuransi jiwa kemitraan. Hingga akhir 2019, kami telah bermitra dengan 80 lembaga keuangan mikro dan platform digital dari seluruh Indonesia. Sementara itu, total jumlah tertanggung dari konsumen baru dan pemegang polis asuransi mikro hingga akhir tahun 2019 seluruhnya tercatat lebih dari 7,4 juta.

Di tahun 2019 juga Allianz Life Indonesia meluncurkan dua produk baru untuk segmen berpenghasilan rendah dan menengah. Salah satu produknya adalah Allianz Uang Duka (Dana Pemakaman), yaitu program asuransi kolektif yang dapat dibeli secara kumpulan oleh Ketua Rukun Tetangga (RT), Ketua RW, ketua yayasan, atau organisasi berwenang yang diakui oleh pemerintah. Mereka dapat mendaftarkan anggotanya sebagai peserta program asuransi kumpulan ini. Hanya dengan premi Rp1.500 per bulan per orang, penerima manfaat dapat memperoleh Rp2 juta jika anggota keluarga yang tercatat sebagai peserta meninggal dunia.

Produk lainnya adalah Tukar Sampahmu, Lindungi Dirimu, di mana masyarakat dapat menukar sampah dengan perlindungan asuransi. Allianz Life Indonesia bekerja sama dengan bank sampah, dimana masyarakat dapat menukarkan saldo di bank sampahnya menjadi produk asuransi SEKOCI dan Kecelakaan Diri.

Dengan SEKOCI, premi Rp5.000 dapat menanggung peserta asuransi sebesar Rp1 juta jika tertanggung meninggal dunia atau Rp5 juta untuk kematian akibat kecelakaan.

In February 2020 PT Bank QNB Indonesia joined us as a as a new distributor. To keep up with the market and industry trends, we are also eyeing new partnerships with more banks and e-commerce platforms.

Emerging Consumers Business Performance in 2019

Allianz Life Indonesia has strengthened its position in the industry and in the emerging consumer markets. In 2019, Allianz Life Indonesia conducted collaborative projects with electronic payment service companies, such as Truemoney, PEDE and Invissee, as well as with the Young on Top (YOT) community and the Bukalapak e-commerce platform. In 2019, Allianz Life Indonesia booked an increase of 8.8% in premium income to Rp90.9 billion. The major contribution of the income came from partnership life insurance products. As of the end of 2019, we partnered with 80 micro-finance institutions and digital platforms from across Indonesia. Meanwhile, the total numbers of insured from emerging consumers and micro-insurance policyholders was recorded at more than 7.4 million at the end of 2019.

The year also saw Allianz Life Indonesia launch two new products for the low- and middle-income segments. One of the products is Allianz Uang Duka (Funeral Fund), which is a collective insurance programme that can be purchased as a community by the head of Neighbourhood Association (RT), the head of Residents Association (RW), or the head of any organisations authorised with the government's decree. They can register their residents as members to participate in this insurance collective programme. With only Rp1,500 monthly premium per person, the beneficiary gets the benefit of Rp2 million should any members pass away.

The other product we launched was Tukar Sampahmu, Lindungi Dirimu (Trade your waste, Insure yourself), where you can exchange waste for insurance coverage. Allianz Life Indonesia collaborated with Waste Bank, where the public can use their waste bank's saving balance into the insurance products of SEKOCI and Personal Accident.

With SEKOCI, the Rp5,000 premium will cover the beneficiary at Rp1 million in the event of the insured's natural death or Rp5 million for the accidental death.

Sedangkan untuk Kecelakaan Diri, premi Rp4.500 akan memberikan manfaat Rp5 juta kepada penerima manfaat dan hingga Rp500.000 untuk penggantian biaya perawatan medis jika tertanggung meninggal dunia karena kecelakaan.

Strategi Pengembangan Bisnia 2019

Untuk memanfaatkan pasar konsumen yang sedang berkembang secara maksimal, Perusahaan terus melakukan sosialisasi kepada masyarakat guna meningkatkan kesadaran akan pentingnya memiliki asuransi. Selain itu, kami juga telah menjalin kemitraan, khususnya dengan platform digital. Hal ini sejalan dengan komitmen Perusahaan untuk memberikan perlindungan kepada lebih banyak masyarakat Indonesia. Saat ini kami menargetkan untuk memperluas saluran digital untuk menembus pasar yang akan terus berkembang ini.

Proyeksi & Rencana Bisnis 2020

Perusahaan sedang mengembangkan sistem inti untuk otomatisasi proses yang lebih sederhana dan lebih cepat untuk pendaftaran peserta asuransi dan klaim, sehingga dapat membuka jalan bagi ekspansi bisnis yang lebih besar. Selain itu, kami bersiap untuk memperkenalkan produk mikro berbasis syariah, sehingga kami dapat membantu memberikan perlindungan bagi komunitas mayoritas Muslim di daerah terpencil.

Yang tidak kalah penting, kami bersiap membuat program kemitraan dengan salah satu Perusahaan pialang digital untuk mendistribusikan produk mikro konvensional, dengan memanfaatkan pengemudi Gojek sebagai pemberi referensi kepada calon nasabah. Kami akan melakukan ini untuk memperluas saluran distribusi sekaligus membantu pengemudi Gojek memperoleh penghasilan tambahan.

Allianz Life Syariah Kinerja Bisnis 2019

Allianz Life Syariah, unit usaha syariah Allianz Life Indonesia, membukukan pendapatan premi bruto sebesar Rp1,2 triliun di tahun 2019, atau meningkat 10,2% dibandingkan tahun sebelumnya. Apalagi, total aset Allianz Life Syariah mengalami pertumbuhan signifikan sebesar 18,2%, dari Rp2,9 triliun pada 2018 menjadi Rp3,4 triliun.

Dana *Tabarru* yang dikelola Allianz Life Syariah pada 2019 sebesar Rp326 miliar. Hal ini menunjukkan kepercayaan masyarakat terhadap pengelolaan dana Allianz Life Syariah.

Pada tahun 2019, terdapat lebih dari 90 ribu nasabah Allianz Life Syariah. Bisnis unit syariah ini juga mencatatkan peningkatan sebesar 43,9% dibandingkan tahun sebelumnya yang membukukan Rp592,9 miliar untuk pembayaran klaim dan manfaat.

As for Personal Accident, the Rp4,500 premium will give the beneficiary Rp5 million and up to Rp500,000 for medical care reimbursement in the event of the insured's accidental death.

Business Growth Strategy in 2019

To make the most of developing emerging consumer markets, Allianz continuously disseminated information to the public aimed at increasing the awareness of the importance of having insurance coverage. In addition, we also have established partners with digital platforms. This is in line with our commitment to providing more protection to more Indonesians. We are currently aiming to expand our digital channels to penetrate the wider emerging market.

Business Prospect & Plan for 2020

Allianz is developing a core system that makes registration and claims more simple and faster to process, paving the way for further business expansion. In addition, we are set to introduce a sharia based micro product, so we can help to provide protection for Muslim majority communities in remote areas.

We are set to create a partnership programme with one of the digital brokerage firms to distribute conventional micro products, by utilizing Gojek drivers as a referral source to prospective customers. We will do this to expand our distribution channel and at the same time, to help online GoJek drivers earn extra income.

Allianz Life Syariah Business Performance in 2019

Allianz Life Syariah, the sharia business unit of Allianz Life Indonesia, recorded an Rp1.2 trillion of gross premium income in 2019, or an increase of 10.2% compared to the previous year. Moreover, Allianz Life Syariah's total assets experienced significant growth of 18.2%, from Rp2.9 trillion in 2018 to Rp3.4 trillion.

Tabarru funds managed by Allianz Life Syariah amounted to Rp326 billion in 2019. This demonstrated the public trust towards Allianz Life Syariah in managing these funds.

The year 2019 saw more than 90 thousand customers of Allianz Life Syariah. This sharia unit business also recorded an increase of 43.9%, compared to the previous year with Rp592.9 billion booked for the claim payments and benefits.

TINJAUAN BISNIS

BUSINESS REVIEW

Kinerja Allianz Life Syariah yang berkelanjutan tersebut tidak hanya terlepas dari kualitas produk syariahnya saja, tetapi juga kerja keras para agen syariah. Per kuartal keempat 2019, kami memiliki 24.847 agen berlisensi, di mana 15.437 di antaranya memiliki lisensi syariah dari Asosiasi Asuransi Syariah Indonesia (AASI).

Strategi Pengembangan Bisnis 2019

Allianz Life Syariah terus melakukan inovasi produk barunya sebagai strategi untuk tetap menjadi yang terdepan di sektor asuransi syariah. Di tahun 2019, kami meluncurkan *Flexi CI Syariah*, sebagai produk asuransi tambahan yang memberikan perlindungan hingga 168 penyakit kritis dan menambahkan Fitur *Wakaf* ke produk unit link *AlliSy Protection Plus*. Peluncuran Fitur *Wakaf* ini merupakan bagian dari program *#BerlipatnyaBerkah* yang telah berjalan sejak Mei 2019.

Untuk mendukung strategi transformasi digital Allianz Life Indonesia, Allianz Life Syariah saat ini memanfaatkan secara maksimal apa yang ditawarkan oleh teknologi digital. Hal ini untuk menciptakan pengalaman yang lebih nyaman bagi nasabah dan mitra bisnis dalam hal penjualan, administrasi dan pengelolaan polis asuransi, serta penanganan klaim.

Proyeksi & Rencana Bisnis 2020

Sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, Indonesia memiliki potensi yang besar untuk menjadi pusat keuangan syariah di dunia. Rendahnya penetrasi pasar asuransi syariah di Indonesia menjadi salah satu peluang bagi sektor syariah domestik untuk tumbuh lebih pesat. Peluang ini dapat ditunjang lagi dengan peningkatan kesadaran masyarakat Indonesia terhadap pentingnya memiliki polis asuransi.

Sejalan dengan itu, Allianz Life Syariah melihat kondisi yang kondusif untuk mengembangkan produk syariahnya di seluruh Indonesia. Di tahun 2020, kami akan terus memperkuat jalur distribusi dan melakukan inovasi berbagai produk asuransi syariah, serta mengedukasi masyarakat tentang pentingnya memiliki asuransi, khususnya terkait produk syariah.

Kami juga melihat generasi *millennial* sebagai potensi bagi pertumbuhan asuransi syariah di masa depan. Sejak awal tahun sebelumnya, kami telah mengembangkan literasi keuangan untuk generasi *millennial*. Digitalisasi menjadi fokus kami dalam perkembangan bisnis.

Such a sustainable performance of Allianz Life Syariah is inseparable from not only the quality of the sharia products per se, but also the hard work of our sharia agents. As of the fourth quarter of 2019, we had 24,847 licensed agents; 15,437 of whom hold sharia licenses from the Indonesian Sharia Insurance Association (AASI).

Business Growth Strategy in 2019

Allianz Life Syariah continuously innovates its new products as the strategy to stay at the forefront in the sharia insurance sector. In 2019, we launched Flexi CI Syariah, a rider that provides protection for up to 168 critical diseases and added the Wakaf Feature to the AlliSy Protection Plus unit link products. The launch of the Wakaf Feature was part of #BerlipatnyaBerkah (multiple blessings) programme, which has been running since May 2019.

To support Allianz Life Indonesia's digital transformation strategy, Allianz Life Syariah is currently making the most of what the digital technology has to offer. This is to create a more convenient experience for customers and business partners in terms of sales, administration and management of insurance policies, and claim handling.

Business Prospect & Plan for 2020

As the country with the largest Muslim population in the world, Indonesia has great potential to be the hub of Islamic finance in the world. The low penetration of the sharia insurance market in Indonesia is therefore one advantage for the country's sharia sector to grow further. This is not to mention that more and more Indonesians are aware of the importance of having an insurance policy.

Correspondingly, Allianz Life Syariah is seeing conducive conditions to expand its sharia products across Indonesia. In 2020, we will continue strengthening our distribution channels and innovating various sharia insurance products, as well as educating the public about the importance of having insurance, especially in relation to sharia products.

We also view the millennial generation as potential for the future growth of sharia insurance industry and have invested in the financial literacy of this generation. Millennial spends a lot of time in the intranet. Therefore, digitalisation is our business development focus in this sector.

Dana Investasi

Kinerja Bisnis 2019

Allianz Life Indonesia berhasil tetap bertahan meskipun berada di tengah-tengah pasar domestik dan global yang bergejolak pada tahun 2019. Kami telah membuktikan kemampuan kami dalam mengelola 60 dana investasi, 23 di antaranya adalah produk unit link. Tiga produk favorit nasabah di tahun 2019 adalah *SmartLink Equity Fund*, *SmartLink Balanced Fund*, *SmartLink Fixed Income Fund*; masing-masing memiliki total dana Rp10,17 triliun, Rp2,16 triliun, dan Rp1,35 triliun.

Kami menutup tahun 2019 dengan laba atas investasi yang menguntungkan. Kami mencatat *Asset Under Management (AUM)* sebesar Rp40,18 triliun, atau meningkat 14% dibandingkan tahun sebelumnya yang membukukan AUM sebesar Rp35,33 triliun. Jumlah tersebut termasuk kontribusi dari Dana Pensiun Lembaga Keuangan Allianz (DPLK). AUM kami mencakup dana dari produk unit link (53%), produk asuransi jiwa dan kesehatan (25%), serta DPLK (22%).

Kami tetap yakin dengan kemampuan kami dalam mengelola aset nasabah kami. Perusahaan mencatatkan peningkatan jumlah tertanggung menjadi 9,49 juta tertanggung dari 7,92 juta tertanggung di tahun sebelumnya.

Strategi Pengembangan Bisnis 2019

Kami selalu gesit untuk mengikuti tren pasar, terutama dalam upaya kami untuk meningkatkan inovasi di pasar digital. Berbagai strategi telah kami terapkan untuk terus meningkatkan produk unit link. Di antara strategi yang telah kami implementasikan adalah kampanye pemasaran yang kuat oleh agen, dan kemitraan kami dengan bank untuk memasarkan produk *bancassurance*. Terlepas dari upaya kami untuk mendapatkan pengembalian investasi yang maksimal, kami selalu mengutamakan prinsip kehati-hatian dalam menjalankan strategi kami

Prospek & Rencana Bisnis 2020

Allianz Life Indonesia telah membangun portofolio yang berkualitas dalam menyediakan produk unit link. Pada tahun 2020, seperti tahun-tahun sebelumnya, kami akan fokus pada pengembangan produk kami dengan ketangkasan dan kehati-hatian sambil tetap melihat setiap peluang yang ada. Kami akan terus meningkatkan strategi yang diterapkan oleh manajer portofolio kami, dari mengembangkan produk yang lebih inovatif hingga mengikuti tren pasar. Tujuannya adalah untuk memaksimalkan laba atas investasi dari dana yang diinvestasikan oleh nasabah kami.

Investment Fund

Business Performance in 2019

Allianz Life Indonesia managed to stay the course despite both domestic and global volatile markets in 2019. We have documented our ability to manage 60 alternative funds successfully; 23 of which are unit link products. Three customer favourite unit link funds were SmartLink Equity Fund, SmartLink Balanced Fund, SmartLink Fixed Income Fund; each having the total funds of Rp10.17 trillion, Rp2.16 trillion, and Rp1.35 trillion, respectively.

We closed 2019 with favourable return on investments, as we recorded Asset Under Management (AUM) at Rp40.18 trillion, or an increase of 14% compared to the previous year at Rp35.33 trillion. The amount included the contribution from Allianz Financial Institution Pension Fund (DPLK). Our AUM consists of funds from unit link products (53%), life and health insurance products (25%), and Savings Plan and Pension Fund (22%).

We maintained our confidence in managing our customer assets demonstrating an increase of 18.9% in the number of insured to 9.49 million insured compared to 7.92 million insured in the previous year.

Business Growth Strategy in 2019

We have implemented various strategies to keep improving our unit link funds. Among the strategies are robust marketing campaigns by agents, and our partnership with banks to market bancassurance products. Despite our effort to earn a maximum return on investment, we always apply the principle of prudence in executing our strategies.

Business Prospect & Plan for 2020

Allianz Life Indonesia has built outstanding portfolios in providing unit link funds. In 2020, we will focus on developing our products with agility and prudence whilst keep our eyes open to any lucrative opportunities. We aim to keep improving the strategies implemented by our portfolio managers, from developing more innovative products to following the market trends. The objective is to maximise the return on investment of the funds invested by our customers.

TINJAUAN OPERASIONAL

OPERATIONAL REVIEW

Allianz Life Indonesia secara konsisten melakukan perbaikan untuk mendorong pertumbuhan bisnis. Berkaitan dengan hal tersebut, kami sejak 2019 menjalankan *Center of Excellence (COE)* untuk pengoperasian yang lebih baik. COE terdiri dari tiga aspek penting berdasarkan perjalanan bisnis, yaitu: *On-Boarding, Customer & Agent Engagement, dan Claim Experience*.

Sedangkan untuk Asuransi Jiwa dan *Bancassurance*, kami telah berhasil memanfaatkan *Allianz Discover/ Banca Toolbox* sebagai *platform* digital untuk penjualan yang mengalami pengembangan sejak pertama kali diluncurkan pada tahun 2015. Aplikasi tersebut memudahkan agen dalam memproses polis asuransi yang dibeli oleh calon nasabah. Salah satu keuntungan menggunakan *Allianz Discover* adalah kemampuan menerbitkan *e-policy* dalam waktu lima menit. Hingga akhir 2019, *e-policy* yang diterbitkan dalam waktu maksimal lima menit mencapai 15% dari total pengajuan asuransi jiwa yang diajukan. Sisanya diterbitkan pada hari yang sama.

Di tahun 2019, Allianz Life Indonesia juga bekerja sama dengan Direktorat Jenderal Pencatatan Sipil (Dukcapil) untuk melakukan verifikasi Nomor Induk Kependudukan (NIK) calon nasabah.

Untuk memperkuat hubungan antara nasabah dan agen, kami telah membangun kanal komunikasi yang efisien. Salah satunya adalah *eAZy Connect*, yang dirancang bagi nasabah untuk memantau polis yang dimiliki dan melakukan transaksi non-keuangan secara mandiri, mulai dari pengkinian data pribadi dan perubahan metode pembayaran, hingga transfer dana investasi, serta memperoleh laporan transaksi, informasi investasi, dan lainnya. *eAZy connect* dapat diakses melalui website Allianz.co.id.

Saluran komunikasi lainnya adalah email dan telepon. Kami dapat menginformasikan nasabah terkait status polis mereka, seperti *pra-lapse, lapse, dan surrender* (mengakhiri polis asuransi), melalui email atau telepon. Untuk mendukung transformasi digital di Allianz, kami mengirimkan *e-statement* untuk layanan yang lebih nyaman sekaligus mengurangi penggunaan kertas.

Allianz Life Indonesia consistently makes improvements to boost business growth. In corresponding with this, in 2019 we established the Centre of Excellence (COE) aimed at improving operations. The COE is comprised of three important aspects based on the business journey, namely: On-Boarding, Customer & Agent Engagement, and Claim Experience.

As for Life Insurance and Bancassurance, we successfully utilised Allianz Discover/Banca Toolbox as a digital sales platform, which has undergone development since it was first launched in 2015. The application makes it easier for agents to process insurance policies purchased by prospective customers. One of the advantages of using Allianz Discover is the ability to issue an e-policy within five minutes. As of the end of 2019, e-policies issued at a maximum of five minutes reached 15% of the total applications being submitted. The rest were issued on the same day.

In 2019, Allianz Life Indonesia also collaborated with the Civil Registration Directorate General (Dukcapil) to verify citizenship identification numbers (NIK) of prospective customers.

To strengthen the engagement between customers and agents, we have built efficient communication channels. One of them is eAZy Connect, designed for customers to monitor the performance of their policies and conduct non-financial transactions independently, from updating personal data and changing payment method, to transferring investment funds, obtaining transaction statements and investment information. eAZy connect can be accessed through Allianz.co.id

Other communication channels we utilise are email and phone to inform customers about matters related to their policy statuses, such as pre-lapse, lapse, and surrender. To support Allianz's digital transformation, we send out e-statements for more convenience whilst reducing paper waste.

Di penghujung tahun 2019, kami meluncurkan *Customer System Management (CSM)* untuk penanganan keluhan nasabah yang lebih baik. CSM terintegrasi ke dalam satu sistem; Dengan demikian, seluruh sumber daya manusia yang bekerja di departemen *Customer Service* dapat mengakses data atau riwayat terkait keluhan nasabah. Hal ini mempermudah perwakilan layanan bagi karyawan yang melayani nasabah, dan menciptakan pengalaman unik bagi nasabah dan agen.

Kami juga memperkenalkan *Agency Connect*, sebuah portal bagi agen untuk memantau kinerja penjualan mereka, status kebijakan nasabah mereka, pengajuan permohonan, klaim, dan berbagai jenis formulir.

Untuk klaim, kami memiliki *eAZy Connect* yang menawarkan proses klaim yang cepat. Kami membayar 30% klaim asuransi kesehatan dalam waktu 24 jam. Dengan *eAZy Connect*, nasabah hanya perlu mencari menu klaim kesehatan, kemudian masukan informasi tentang klinik atau rumah sakit, tanggal, dan unggah faktur. Sangat sederhana dan mudah. Semua klaim akan diproses dari 24 jam hingga 48 jam. Informasi status klaim juga dapat dengan mudah dipantau melalui *eAZy Connect*. Sistem baru untuk klaim asuransi jiwa akan dikembangkan pada tahun 2021.

Selain itu, layanan *eAZy payment* kami memungkinkan nasabah membayar premi dengan cara yang lebih nyaman. Untuk layanan ini, Allianz Life Indonesia bekerja sama dengan jaringan retail seperti Indomaret, fasilitas GoPay, dan pembayaran *host to host* dengan BCA dan Mandiri.

Dibandingkan tahun 2018 yang membutuhkan waktu lima hingga tujuh hari untuk mengirimkan polis asuransi, maka kami berhasil memperbaikinya dengan time frame dari dua hari menjadi hari yang sama. Di tahun 2019, fasilitas digital inovatif kami memungkinkan kami menerbitkan polis asuransi hanya dalam kurun waktu lima menit. Dengan lebih banyak fasilitas digital yang tersedia, *Net Promoter Score* kami meningkat.

At the end of 2019, we launched the Customer System Management (CSM) for better customer complaint handling. CSM is integrated into one system; thus, all human resources working in the Customer Service department can access data or history related to customer complaints. This has made it easier for our customer service representatives, and created a unique experience for both customers and agents.

We also introduced Agency Connect, a portal for agents to monitor their sales performance, the status of their customers' policies, application submissions, claims, and various types of forms.

As for claims, eAZy Connect offers quick and efficient claim processes. We paid 30% of claims for health insurance within 24 hours. With eAZy Connect, customers can find the health claims menu, then input information about the clinic or hospital, date, and upload their invoices. It is very simple and easy. All claims are processed between 24 to 48 hours. Claim status information can also be easily monitored with eAZy Connect. A new system for life insurance claims is on the cards to be developed in 2021.

Furthermore, our eAZy payment enables customers to pay premiums in a more convenient way. For this service, Allianz Life Indonesia collaborates with retail networks such as Indomaret, GoPay facility, and host to host payments with BCA and Mandiri.

Compared to 2018 where it took five to seven days to deliver an insurance policy, then we managed to improve with the time frame from two days to same day service. In 2019, our innovative digital facilities made it possible for us to issue an insurance policy in just five minutes. With more digital facilities available, our Net Promoter Score increased.





05

TATA KELOLA PERUSAHAAN

CORPORATE GOVERNANCE

TATA KELOLA PERUSAHAAN

CORPORATE GOVERNANCE

Tata Kelola Perusahaan mencakup mekanisme dan struktur untuk pencapaian obyektif sebuah perusahaan, serta memiliki fungsi sebagai sistem untuk memastikan adanya etika yang baik, transparansi dan akuntabilitas dalam kegiatan usaha sehari-hari. Untuk itu, Allianz Life Indonesia menitikberatkan pada penerapan Tata Kelola Perusahaan yang Baik (*Good Corporate Governance* - GCG) untuk mempertahankan kinerja bisnis Perusahaan yang berkelanjutan.

Corporate Governance is the mechanism and structure that not only serve the purpose of a company, but it also functions as a system that ensures good ethics, transparency and accountability are exercised on daily basis. For that reason, Allianz Life Indonesia places great emphasis on the implementation of Good Corporate Governance (GCG) to maintain the Company's sustainable business performance.



Implementasi Tata Kelola Perusahaan yang Baik Good Corporate Governance Implementation

Pada dasarnya, penerapan Tata Kelola Perusahaan yang Baik (GCG) memastikan kegiatan bisnis dijalankan dalam koridor sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, Anggaran Dasar Perusahaan, dan etika bisnis.

Kami menerapkan praktik GCG di seluruh struktur organisasi Perusahaan. Penerapan GCG kami mencakup serangkaian prinsip yang menjadi pedoman dalam mencapai tujuan bisnis, mengelola risiko bisnis, dan menciptakan budaya kerja profesional. Dengan kata lain, seluruh manajemen dan staf yang berdedikasi di Perusahaan menjalankan aktivitas sehari-hari berdasarkan prinsip-prinsip GCG untuk kepentingan pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya.

Perusahaan senantiasa berupaya untuk terus meningkatkan penerapan GCG, mengingat keberlanjutan merupakan faktor inti dari rutinitas bisnis kami sehari-hari. Sejalan dengan Perusahaan yang saat ini sedang berfokus di transformasi digital, kami terus berupaya untuk meningkatkan penerapan GCG Perusahaan, dengan mengacu kepada lima prinsip GCG berikut:

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

In essence, the implementation of Good Corporate Governance (GCG) ensures that business activities are run within the corridor in accordance with the applicable laws and regulations, the Company's Articles of Association, and business ethics.

Allianz Life Indonesia, incorporate the practice of GCG into the Company's entire organisation structure. Our GCG implementation constitutes a series of principles as our guidelines towards achieving business goals, managing business risks, and creating professional working culture. In other words, our dedicated management and staff run the Company's daily activities based on the GCG principles for the interests of shareholders and other stakeholders.

The Company always strives to improve its GCG practice, considering that the sustainability is the core of our business daily routine. With the Company sustaining its digital transformation, we therefore keep strive to improve the implementation of the Company's GCG, by referring to the following five GCG principles:

- **Transparency**
Providing accurate, clear, and other relevant information about the Company's financial report and business activities.
- **Accountability**
Ensuring that all the decisions and actions are held accountable.
- **Responsibility**
Conducting business activities in accordance with the applicable laws and regulations.
- **Independence**
Managing and running the Company without any conflict of interest and pressure from any party.
- **Fairness**
Acting fairly in carrying out business activities to meet the expectation and to protect the rights and interest of the stakeholders

TATA KELOLA PERUSAHAAN

CORPORATE GOVERNANCE

Dewan Komisaris Board of Commissioners

Sesuai Anggaran Dasar Perusahaan, Dewan Komisaris mempunyai fungsi untuk melakukan pengawasan terhadap tugas dan tanggung jawab Direksi dan Manajemen dalam menjalankan kegiatan usaha.

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 Perseroan telah menerapkan GCG untuk kepentingan dan 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.

Pursuant to the Company's Articles of Association, the Board of Commissioners has the function to supervise the duties and responsibilities of the Board of Directors and the Management in conducting business activities.

Duties and Responsibilities

In executing its oversight function, the Board of Commissioners carries out its duties and responsibilities that include providing recommendations and advice as well as evaluating the execution of strategic policies related to the Company's management and business activities.

In addition, the Board of Commissioners ensures that the Company has implemented GCG for the the rights and interest of the stakeholders. In performing its tasks, 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. The charter functions as the board's work guidelines, which draw a clear line of membership, authorities, duties and responsibilities, and work mechanism of the Board of Commissioners. The charter itself adheres to Indonesian prevailing laws.

Komposisi Keanggotaan Membership Composition

Jabatan	Susunan Keanggotaan Membership Composition	Title
Presiden Komisaris	Aaron Mitchell Fryer*	President Commissioner
Komisaris Independen	Arif Firman	Independent Commissioner
Komisaris Independen	Ahmad Junaedy Ganie	Independent Commissioner

*Efektif per 3 Oktober 2019 | *Effective in role as of 3 October 2019

Posisi Rangkap

Anggota Dewan Komisaris Perseroan yang merangkap jabatan pada perusahaan lain adalah sebagai berikut:

No.	Nama Name	Jabatan Position	Rangkap Jabatan di Perusahaan Lain Concurrent Positions in other Companies	Bidang Usaha Perusahaan Line of Business
1	Arif Firman	Komisaris Independen <i>Independent Commissioner</i>	Komisaris Independen/ Independent Commissioner PT Asuransi Allianz Utama Indonesia	Asuransi Umum <i>General Insurance</i>
2	Ahmad Junaedy Ganie	Komisaris Independen <i>Independent Commissioner</i>	Komisaris Independen/ Independent Commissioner PT Asuransi Allianz Utama Indonesia	Asuransi Umum <i>General Insurance</i>

Komisaris Independen

Tugas utama Komisaris Independen adalah menjalankan fungsi pengawasan yang mewakili kepentingan pemegang polis, tertanggung, peserta dan/atau penerima manfaat. Komisaris Independen di Allianz Life Indonesia juga membantu mempersiapkan penyusunan laporan tahunan Perusahaan. Komisaris Independen juga mengemban tugas yang berkaitan dengan layanan dan penyelesaian klaim, serta melakukan mediasi dalam menyelesaikan sengketa yang tertunda.

Komisaris Independen Perusahaan diangkat dengan memperhatikan kriteria sebagai berikut:

- Memenuhi semua persyaratan untuk menjadi anggota Dewan Komisaris sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku di Indonesia;
- Tidak memiliki hubungan afiliasi dengan anggota Direksi, anggota Dewan Komisaris, anggota Dewan Pengawas Syariah, atau pemegang saham Perusahaan;
- Memahami hukum dan peraturan untuk bisnis asuransi serta hukum dan peraturan terkait lainnya yang berlaku;
- Memiliki pengetahuan yang baik tentang kondisi keuangan Perusahaan;
- Memiliki pengetahuan yang baik tentang kepentingan pemegang polis, tertanggung, peserta, dan/atau penerima manfaat;
- Warga negara Indonesia; dan
- Berdomisili di Indonesia.

Pada tanggal 31 Desember 2019, para Komisaris Independen yang pernah menjabat sebagai anggota Dewan Komisaris telah menandatangani Surat Pernyataan Independensi masing-masing, dengan menyatakan bahwa mereka tidak memiliki kepemilikan saham Perusahaan, serta tidak ada hubungan keuangan dan hubungan keluarga di Perusahaan.

Concurrent Positions

Members of the Company's Board of Commissioners who hold concurrent positions in other companies are as follows:

Independent Commissioner

The primary duty of an Independent Commissioner is to carry out an oversight function that represents the interests of policyholders, insured parties, participants and/or beneficiaries. Independent Commissioners at Allianz Life Indonesia also prepare for compiling the Company's annual report. It is also their duty to conduct the service and settlement of claims, conduct mediation and arbitrary to resolve pending disputes.

Appointment of an Independent Commissioner of the Company shall take into account the following criteria:

- Meeting all the requirements to become a member of the Board of Commissioners in accordance with Indonesian prevailing laws;
- Having no 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;
- Understanding the laws and regulations for the insurance business as well as other relevant laws and regulations;
- Possessing good knowledge of the Company's financial condition;
- Possessing good knowledge of the interests of policyholders, insured, participants, and/or beneficiaries;
- An Indonesian citizen; and
- Having domiciled in Indonesia.

As of 31 December 2019, those who have served as members of the Board of Commissioners have signed their respective Statement of Independence Letters, stating that they have no shares ownership, financial and family relationships in the Company.

TATA KELOLA PERUSAHAAN

CORPORATE GOVERNANCE

Rapat Dewan Komisaris

Sepanjang tahun 2019, Dewan Komisaris telah menyelenggarakan 15 rapat, dengan kehadiran sebagai berikut:

Board of Commissioners Meeting

Throughout 2019, the Board of Commissioners held 15 meetings, with the following attendance:

Rapat Dewan Komisaris

Board of Commissioners Meetings

No.	Nama Name	Jabatan Position	Jumlah Kehadiran (15x) Total Attendance (15x)		% Kehadiran % Attendance
			Fisik Offline	Daring Online	
1	Aaron Mitchell Fryer*	Komisaris Utama <i>President Commissioner</i>	1	4	33
2	Arif Firman	Komisaris Independen <i>Independent Commissioner</i>	5	10	100
3	Ahmad Junaedy Ganie	Komisaris Independen <i>Independent Commissioner</i>	5	10	100

Rapat Dewan Komisaris Dengan Direksi

Board of Commissioners with Board of Directors Meetings

No.	Nama Name	Jabatan Position	Jumlah Kehadiran (15x) Total Attendance (15x)		% Kehadiran % Attendance
			Fisik Offline	Daring Online	
1	Aaron Mitchell Fryer*	Komisaris Utama <i>President Commissioner</i>	1	4	33
2	Arif Firman	Komisaris Independen <i>Independent Commissioner</i>	5	10	100
3	Ahmad Junaedy Ganie	Komisaris Independen <i>Independent Commissioner</i>	5	10	100
4	Jan-Joris Louwerier	Direktur Utama <i>President Director</i>	4	10	93
5	Todd Robert Swihart	Direktur <i>Director</i>	5	10	100
6	Meylindawati	Direktur <i>Director</i>	5	10	100
7	Hasinah Jusuf	Direktur <i>Director</i>	5	10	100
8	Bianto Surodjo**	Direktur <i>Director</i>	4	9	87
9	Karin Alkrina Zulkarnaen***	Direktur <i>Director</i>	2	6	53

*Efektif per 3 Oktober 2019 | *Effective in role as of 3 October 2019*

**Efektif per 8 Maret 2019 | *Effective in role as of 8 March 2019*

***Efektif per 29 July 2019 | *Effective in role as of 29 July 2019*

Direksi Board of Directors

Direksi mengemban tanggung jawab dalam 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 fungsinya, Direksi menerapkan manajemen risiko, serta memegang teguh prinsip-prinsip GCG dalam menjalankan aktivitas usaha Perusahaan.

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

Dalam menjalankan fungsinya, Direksi juga bersinergi dengan Dewan Pengawas Syariah, seperti mengakomodir permintaan Dewan Pengawas Syariah saat membutuhkan bantuan dari anggota Komite Investasi, karyawan, dan tenaga ahli yang secara organisasi struktur berada di bawah Direksi.

Tidak kalah penting, Direksi memastikan bahwa Perusahaan berjalan untuk kepentingan pemegang saham, klien dan pemangku kepentingan lainnya.

Pedoman Kerja (Piagam)

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

The Board of Directors is responsible for running the Company in accordance with the Company's Articles of Association. The Board acts on behalf of the Company for the benefits of shareholders. The Board is tasked with duties and responsibilities as ruled by not only the Company's Article of Association, but also prevailing laws and regulations.

Duties and Responsibilities

To make the most of its function, the Board of Directors applies risk management and executes GCG principles in all activities of the Company.

It is also the Board of Directors' duty to execute its authority in an accountable manner, especially in the GMS. The Board of Directors is obliged to report all the information related to the Company to the Board of Commissioners and the Sharia Supervisory Board.

In executing its function, the Board of Directors also assists the Sharia Supervisory Board's needs in cooperating with or requesting help of members of the Investment Committee, employees and experts who are structurally under the Board of Directors.

Last but not the least, the Board of Directors ensures that the Company runs for the interests of shareholders, clients and other stakeholders.

Work Guidelines (Charter)

The Board of Directors carries out its duties and responsibilities in accordance with the Board of Directors' Charter. The charter functions as the board's work guidelines, which draw a clear line of membership, authorities, duties and responsibilities, and work mechanism of the Board of Directors. The charter itself adheres to Indonesian prevailing laws.

TATA KELOLA PERUSAHAAN

CORPORATE GOVERNANCE

Komposisi Keanggotaan Membership Composition

Jabatan	Susunan Keanggotaan Membership Composition	Title
Presiden Direktur	Jan-Joris Louwerier	President Director
Direktur	Todd Robert Swihart	Director
Direktur	Meylindawati	Director
Direktur	Hasinah Jusuf	Director
Direktur	Bianto Surodjo	Director
Direktur	Karin Alkrina Zulkarnaen	Director

Posisi Rangkap

Anggota Direksi Perseroan yang merangkap jabatan pada Perusahaan lain adalah sebagai berikut:

Concurrent Positions

Members of the Company's Board of Directors who hold concurrent positions in other companies 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	Jan-Joris Louwerier	Direktur Utama President Director	Komisaris Utama / President Commissioner PT Asuransi Allianz Utama Indonesia	Asuransi Umum General Insurance

Rapat Direksi

Sepanjang tahun 2019, Direksi telah menyelenggarakan 15 kali rapat, dengan kehadiran sebagai berikut:

Board of Directors Meeting

Throughout 2019, the Board of Directors held 15 meetings, with the following attendance:

Rapat Dewan Direksi Board of Directors Meetings

No.	Nama Name	Jabatan Position	Jumlah Kehadiran (15x) Total Attendance (15x)		% Kehadiran % Attendance
			Fisik Offline	Daring Online	
1	Jan-Joris Louwerier	Presiden Direktur President Director	11	2	87
2	Todd Robert Swihart	Direktur Director	11	2	87
3	Meylindawati	Direktur Director	13	2	100
4	Hasinah Jusuf	Direktur Director	12	2	93
5	Bianto Surodjo**	Direktur Director	10	2	40
6	Karin Alkrina Zulkarnaen***	Direktur Director	5	1	40

**Efektif per 8 Maret 2019 | Effective in role as of 8 March 2019

***Efektif per 29 July 2019 | Effective in role as of 29 July 2019

Kepemilikan Saham oleh Direksi & Dewan Komisaris

Share Ownership by Board of Directors & Board of Commissioners Members

No.	Nama Name	Jabatan Position	Kepemilikan Saham 5% atau lebih di Ownership of >5% of Shares in			
			Perusahaan The Company	Perusahaan Asuransi Lain Other Insurance Companies	Perusahaan Jasa Keuangan Lain Other Financial Services Institutions	Perusahaan Lain Other Company
1	Aaron Mitchell Fryer	Komisaris Utama President Commissioner	Nihil Nil	Nihil Nil	Nihil Nil	Nihil Nil
2	Arif Firman	Komisaris Independen Independent Commissioner	Nihil Nil	Nihil Nil	Nihil Nil	Nihil Nil
3	Ahmad Junaedy Ganie	Komisaris Independen Independent Commissioner	Nihil Nil	Nihil Nil	Nihil Nil	Nihil Nil
4	Jan-Joris Louwerier	Direktur Utama President Director	Nihil Nil	Nihil Nil	Nihil Nil	Nihil Nil
5	Todd Robert Swihart	Direktur Director	Nihil Nil	Nihil Nil	Nihil Nil	Nihil Nil
6	Meylindawati	Direktur Director	Nihil Nil	Nihil Nil	Nihil Nil	Nihil Nil
7	Hasinah Jusuf	Direktur Director	Nihil Nil	Nihil Nil	Nihil Nil	Nihil Nil
8	Bianto Surodjo	Direktur Director	Nihil Nil	Nihil Nil	Nihil Nil	Nihil Nil
9	Karin Alkrina Zulkarnaen	Direktur Director	Nihil Nil	Nihil Nil	Nihil Nil	Nihil Nil

Hubungan & Afiliasi Anggota Direksi & Dewan Komisaris

Relationships & Affiliations of Board of Directors & Board of Commissioners Members

No.	Nama Name	Jabatan Position	Hubungan Keuangan/ Keluarga dengan Financial/Family Relationship with			
			Anggota Direksi Lainnya Other Members of the BOD	Anggota Dewan Komisaris Members of the BOC	Anggota Dewan Pengawas syariah Members of the Sharia Supervisory Board	Pemegang Saham Shareholders
1	Aaron Mitchell Fryer	Komisaris Utama President Commissioner	Nihil Nil	Nihil Nil	Nihil Nil	Nihil Nil
2	Arif Firman	Komisaris Independen Independent Commissioner	Nihil Nil	Nihil Nil	Nihil Nil	Nihil Nil
3	Ahmad Junaedy Ganie	Komisaris Independen Independent Commissioner	Nihil Nil	Nihil Nil	Nihil Nil	Nihil Nil
4	Jan-Joris Louwerier	Direktur Utama President Director	Nihil Nil	Nihil Nil	Nihil Nil	Nihil Nil
5	Todd Robert Swihart	Direktur Director	Nihil Nil	Nihil Nil	Nihil Nil	Nihil Nil
6	Meylindawati	Direktur Director	Nihil Nil	Nihil Nil	Nihil Nil	Nihil Nil
7	Hasinah Jusuf	Direktur Director	Nihil Nil	Nihil Nil	Nihil Nil	Nihil Nil
8	Bianto Surodjo	Direktur Director	Nihil Nil	Nihil Nil	Nihil Nil	Nihil Nil
9	Karin Alkrina Zulkarnaen	Direktur Director	Nihil Nil	Nihil Nil	Nihil Nil	Nihil Nil

TATA KELOLA PERUSAHAAN

CORPORATE GOVERNANCE

Rapat Umum Pemegang Saham General Meeting of Shareholders

Sebagai otoritas tertinggi di Perusahaan, Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) berfungsi mewakili kepentingan pemegang saham. RUPS juga mewakilkan kewenangan pemegang saham yang tidak diberikan kepada Dewan Komisaris dan Direksi.

RUPS diselenggarakan minimal satu kali dalam setahun, sebagai 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.

Sepanjang tahun 2019, Perseroan menyelenggarakan 1 RUPS pada tanggal 23 Mei 2019 di Jakarta.

Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa (RUPSLB) dapat diadakan setiap saat dimana Perusahaan melihat hal-hal yang mendesak dan perlu ditangani dalam suatu forum. RUPSLB dapat diselenggarakan oleh Direksi, Dewan Komisaris, dan Pemegang Saham.

Sepanjang tahun 2019, Perseroan telah menyelenggarakan RUPSLB sebanyak 7 kali di Jakarta.

As the highest authority in the Company, the General Meeting of Shareholders (GMS) represents the interests of shareholders. The GMS also embodies the shareholders' authorities, which are not given to the Board of Commissioners and the Board of Directors.

The GMS is held at least once every year, as a forum for the Company's Management and shareholders to make important decisions concerning the Company's business and financial performances and other relevant issues. The GMS also functions as an assembly of appointing and dismissing members of the Board of Commissioners and the Board of Directors.

In 2019, the Company held 1 GMS on 23 May 2019 in Jakarta.

The Extraordinary General Meeting of Shareholders (EGMS) can be held at any time in the event that the Company sees necessary or urgent issues that need to be addressed in a forum. The EGMS can be held by the Board of Directors, the Board of Commissioners, and Shareholders.

Throughout 2019, the Company held 7 EGMS in Jakarta.

Dewan Pengawas Syariah Sharia Supervisory Board

Dewan Pengawas Syariah merupakan badan independen yang didirikan berdasarkan pedoman yang ditetapkan oleh Dewan Syariah Nasional.

Tugas dan Tanggung Jawab

Fungsi Dewan Pengawas Syariah Perusahaan adalah melakukan pemantauan secara berkala terhadap Divisi Syariah Perusahaan, memberikan rekomendasi kepada Direksi Perusahaan, serta Dewan Syariah Nasional.

Badan Pengawas Syariah juga bertugas untuk memastikan bahwa semua produk dan prosedur syariah di Perusahaan sesuai dengan prinsip syariah.

Per 31 Desember 2019, susunan Dewan Pengawas Syariah Perusahaan adalah sebagai berikut:
As of 31 December 2019, the composition of the Sharia Supervisory Board is as follows:

Jabatan	Susunan Keanggotaan <i>Membership Composition</i>	Title
Ketua	Drs. H. Mohamad Hidayat, MBA, MBI	Chairman
Anggota	Drs. H. Rahmat Hidayat, SE, MT	Member

Keduanya berkewarganegaraan Indonesia dan berdomisili di Jakarta. Mereka diangkat sebagai anggota Dewan Pengawas Syariah dalam RUPS yang diselenggarakan tanggal 17 Juni 2014 dengan masa jabatan yang tidak ditentukan pasti lamanya, kecuali mereka mengundurkan diri atau diberhentikan berdasarkan keputusan RUPS. Sampai dengan akhir Desember 2019, tidak ada perubahan komposisi Dewan Pengawas Syariah.

Posisi Rangkap

Anggota Dewan Pengawas Syariah Perusahaan yang merangkap jabatan di perusahaan lain adalah sebagai berikut:

No.	Nama <i>Name</i>	Jabatan <i>Position</i>	Rangkap Jabatan di Perusahaan Lain <i>Concurrent Positions in other Companies</i>	Bidang Usaha Perusahaan <i>Line of Business</i>
1	Drs. H. Mohamad Hidayat, MBA, MBI	Ketua <i>Chairman</i>	Anggota Dewan Pengawas Syariah di / Member of Sharia Supervisory Board in Manulife, BRI Life, BTN Syariah, Bank Syariah Mandiri	Asuransi & Perbankan <i>Insurance & Banking</i>
2	Drs. H. Rahmat Hidayat, SE, MT	Anggota <i>Member</i>	Anggota Dewan Pengawas Syariah di / Member of Sharia Supervisory Board in PT Adira Insurance, Mandiri Investasi	Asuransi & Keuangan <i>Insurance & Finance</i>

The Sharia Supervisory Board is an independent body established under the guidelines set out by the National Sharia Board.

Duties and Responsibilities

The function of the Company's Sharia Supervisory Board is to periodically monitor the Company's Sharia Division, provide recommendations to the Company's Board of Directors as well as the National Sharia Board.

It is the Sharia Supervisory Body's duty to ensure that all the Company's sharia products and procedures are in accordance with sharia principles.

Both are Indonesian citizens and domiciled in Jakarta. They were appointed as members of the Sharia Supervisory Board at the GMS on 17 June 2014 for an indeterminate period, unless they resign or are dismissed following the GMS resolution. As of the end of December 2019, there was no changes in the composition of the Sharia Supervisory Board.

Concurrent Positions

The Company's Sharia Supervisory Board Members who hold concurrent positions in other companies are as follows:

TATA KELOLA PERUSAHAAN

CORPORATE GOVERNANCE

Rapat Dewan Pengawas Syariah

Sepanjang tahun 2019, Dewan Pengawas Syariah telah menyelenggarakan 12 kali rapat, dengan kehadiran sebagai berikut:

Sharia Supervisory Board Meeting

Throughout 2019, the Sharia Supervisory Board held 12 meetings, with attendance as follows:

No.	Nama Name	Jabatan Position	Jumlah Kehadiran (12x) Total Attendance (12x)		% Kehadiran % Attendance
			Fisik Offline	Daring Online	
1	Drs. H. Mohamad Hidayat, MBA, MBI	Ketua Chairman	12	0	100
2	Drs. H. Rahmat Hidayat, SE, MT	Anggota Member	12	0	100

Komite Audit

Audit Committee

Seluruh anggota Komite Audit Perseroan adalah pihak independen yang tidak mempunyai hubungan keluarga, kepemilikan saham, atau hubungan keuangan dengan anggota Dewan Komisaris, anggota Direksi, atau Pemegang Saham Perseroan. Komite Audit juga diketuai oleh Komisaris Independen. Dengan demikian, Komite Audit dapat menjaga independensinya dalam menjalankan fungsinya.

All members of the Company's Audit Committee are independent parties that have no family, share ownership, or financial relationships with members of the Board of Commissioners, members of the Board of Directors, or the Shareholders of the Company. The Audit Committee is also chaired by an Independent Commissioner. This way, the Audit Committee can maintain its independence in exercising its function.

Pedoman Kerja (Piagam)

Komite Pemantau Risiko menjalankan tugas dan tanggung jawabnya sesuai dengan Piagam Komite Pemantau Risiko. Piagam tersebut berfungsi sebagai pedoman kerja komite, yang menggambarkan garis yang jelas mengenai keanggotaan, wewenang, tugas dan tanggung jawab, serta mekanisme kerja Komite Pemantau Risiko. Piagam itu sendiri mematuhi hukum yang berlaku di Indonesia.

Work Guidelines (Charter)

The Risk Monitoring Committee carries out its duties and responsibilities in accordance with the Risk Monitoring Committee's Charter. The charter functions as the committee's work guidelines, which draw a clear line of membership, authorities, duties and responsibilities, and work mechanism of the Risk Monitoring Committee. The charter itself adheres to Indonesian prevailing laws.

Independensi Komite

Seluruh anggota Komite Pemantau Risiko Perusahaan adalah pihak independen yang tidak memiliki hubungan keluarga, kepemilikan saham, atau hubungan keuangan dengan anggota Dewan Komisaris, anggota Direksi, atau Pemegang Saham Perusahaan. Komite Audit juga diketuai oleh Komisaris Independen. Dengan demikian, Komite Pemantau Risiko dapat menjaga independensi dalam menjalankan fungsinya.

Committee Independence

All members of the Company's Risk Monitoring Committee are independent parties that have no family, share ownership, or financial relationships with members of the Board of Commissioners, members of the Board of Directors, or the Shareholders of the Company. The Audit Committee is also chaired by an Independent Commissioner. This way, the Risk Monitoring Committee can maintain its independence in exercising its function.

Per 31 Desember 2019, susunan Komite Audit Perusahaan adalah sebagai berikut:
As at 31 December 2019, the Company's Audit Committee members were:

Jabatan	Susunan Keanggotaan Membership Composition	Title
Ketua	Arif Firman	Chairman
Anggota	Pieter Daniel van Zyl	Member
Anggota	Nyeen Soon Chin	Member

Tiga anggota Komite Audit Perseroan diangkat berdasarkan keputusan Dewan Komisaris. Pada tahun 2019, tidak ada perubahan komposisi Komite Audit.

The three members of the Company's Audit Committee were appointed based on a Board of Commissioners' resolution. In 2019, there was no change in the composition of the Audit Committee.

Komite Pemantau Risiko

Risk Monitoring Committee

Tugas dan Tanggung Jawab

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

Duties and Responsibilities

The Risk Monitoring Committee is tasked to assist the Board of Commissioners in monitoring the implementation of sound risk management practice and assessing the Company's risk tolerance on a regular basis.

Per 31 Desember 2019, susunan Komite Pemantau Risiko adalah sebagai berikut:
As of 31 December 2019, the Risk Monitoring Committee as follows:

Komite Pemantau Risiko Risk Monitoring Committee		
Ketua	Ahmad Junaedy Ganie	Chairman
Anggota	Pieter Daniel van Zyl	Member
Anggota	Fabian Huber	Member
Anggota	Nyeen Soon Chin	Member

Anggota Komite Pemantau Risiko Perusahaan diangkat berdasarkan keputusan Dewan Komisaris. Pada tahun 2019 tidak ada perubahan komposisi Komite Pemantau Risiko.

The above members of the Company's Risk Monitoring Committee were appointed based on the Board of Commissioners' resolution. In 2019, there was no change in the composition of the Risk Monitoring Committee.

TATA KELOLA PERUSAHAAN

CORPORATE GOVERNANCE

Komite-Komite di Bawah Direksi

Committees Under Board of Directors

Sebagai organ yang vital dalam mengelola dan menjalankan Perusahaan, Direksi dibantu oleh Komite Investasi dan Komite Pengembangan Produk. Kedua komite ini berada di bawah Direksi, masing-masing memiliki fungsinya dalam menjalankan tugas.

Komite Investasi

Fungsi dari Komite Investasi 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.

As a vital organ in managing and running the Company, the Board of Directors is assisted by the Investment Committee and the Product Development Committee. Both committees are under the Board of Directors, and each has its own function in carrying out its tasks.

Investment Committee

The investment Committee is tasked to ensure that all investment decisions are based on care, skills and prudence. In executing its function, the committee also refers to the investment philosophies of Allianz Group, the prevailing laws and regulations, as well as the current market condition.

Product Development Committee

The Product Development Committee is responsible for drafting a development strategy and insurance product marketing plan as part of the Company's strategic business plan. The committee is also in charge of evaluating new insurance products to be marketed, in line with strategic development and insurance product marketing plans. It is also the committee's responsibility for assessing insurance product performance, as well as proposing changes or cessation of marketing efforts for certain products.

Audit Internal

Internal Audit

Divisi Audit Internal memastikan praktik GCG dilakukan secara transparan. Audit Internal dibentuk untuk membantu Komite Audit dan Dewan Komisaris, antara lain untuk menerapkan pendekatan yang sistematis dan disiplin dalam mengevaluasi dan meningkatkan praktik manajemen risiko, 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.

The Internal Audit Division ensures that GCG practices are carried out in a transparent manner. Internal Audit was formed to assist the Audit Committee and the Board of Commissioners, among others, to implement a systematic and disciplined approach in evaluating and improving risk management practices, internal control, and corporate governance. Internal Audit provides reports to the Audit Committee regarding matters that include follow-up processes in order to monitor and ensure that risk mitigation and improvement have been carried out effectively.

Audit Internal memiliki Piagam Audit Internal yang mengatur status, ruang lingkup pekerjaan, wewenang, tugas dan tanggung jawab. Piagam ini ditujukan untuk semua personel Audit Internal. Piagam tersebut ditinjau dan diperbarui secara berkala agar dapat menyesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi Perusahaan saat ini.

Tugas dan tanggung jawab

Dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya, Internal Audit memiliki fungsi untuk meninjau semua lapisan Perusahaan serta memiliki akses tidak terbatas ke semua aktivitas, akun, catatan, properti, dan sumber daya manusia Perusahaan.

Berikut ini adalah tugas dan tanggung jawab Internal Audit:

- Mengembangkan dan menerapkan rencana kerja Internal Audit tahunan sesuai dengan hasil audit berbasis risiko.
- Melakukan review dan evaluasi terhadap pengendalian internal dan sistem manajemen risiko Perusahaan, serta proses tata kelola perusahaan
- Memberikan konsultasi, rekomendasi, dan informasi terkait kegiatan yang diaudit di seluruh lapisan manajemen.
- Memantau pelaksanaan tepat waktu dari tindakan korektif sebagai tanggapan atas rekomendasi audit.

Pimpinan Audit Internal bertanggung jawab langsung kepada Direktur Utama dan secara fungsional melapor kepada Komite Audit.

Dalam struktur organisasi Perusahaan, Audit Internal bertindak secara independen tanpa adanya campur tangan dari unit operasional lainnya.

The Internal Audit has an Internal Audit Charter that regulates its status, scope of work, authorities, duties and responsibilities. The charter is embodied within all Internal Audit personnel. The charter is periodically reviewed and updated to adjust to the Company's current needs and conditions.

Duties and Responsibilities

In executing its duties and responsibilities, Internal Audit is authorised to review all layers of the Company and has unrestricted access to all of the company activities, accounts, records, property and human resources.

The following are the Internal Audit's duties and responsibilities:

- *Developing and implementing its annual Internal Audit work plan in accordance with risk-based audit results.*
- *Conducting review and evaluation of the Company's internal control and risk management system and corporate governance processes*
- *Providing consultation, recommendations, and information regarding audited activities at all levels of management.*
- *Monitoring the timely implementation of the corrective actions in response to audit recommendations.*

The Internal Audit Head reports directly to the President Director and functionally reports to the Audit Committee.

In the Company's organisation structure, Internal Audit acts independently without interference from any operational unit.

TATA KELOLA PERUSAHAAN

CORPORATE GOVERNANCE

Satuan Kerja Kepatuhan Compliance Task Force

Fungsi dari Satuan Kerja Kepatuhan adalah membantu Direksi, memastikan Perusahaan mematuhi peraturan perundang-undangan yang berlaku serta otoritas terkait lainnya di industri asuransi.

The Compliance Task Force is tasked to assist the Board of Directors, to ensure the Company complies with the prevailing laws and regulations as well as other relevant authorities in the insurance industry.

Penerapan Anti Pencucian Uang dan Pencegahan Pendanaan Terorisme

Melalui Surat Keputusan Direksi, Perusahaan telah menunjuk pejabat yang bertanggung jawab secara khusus untuk menerapi program Anti Pencucian Uang dan Pencegahan Pendanaan Terorisme (APU & PPT).

Implementation of Anti-Money Laundering & Countering Terrorism Financing

The Company, through a Board of Directors decree, has appointed an officer specifically responsible for supervising the implementation of the Anti-Money Laundering and Counter-Terrorism Financing (AML & CTF) programme.

Satuan Kerja Manajemen Risiko Risk Management Unit

Satuan Kerja Manajemen Risiko dibentuk untuk meninjau dan mengevaluasi, serta memantau risiko Perusahaan dan memberi nasihat kepada manajemen puncak atau top management.

The Risk Management Unit is established to review and evaluate and monitor the Company's risks and advise the Company's top management.

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*. Kesemuanya ini dilakukan dengan cara melakukan proses risiko identifikasi, pengukuran, pemantauan dan pengendalian risiko.

Duties and Responsibilities

The Risk Management Unit is tasked to support the implementation of the Company's risk management through the development and update of risk management strategy, risk appetite, risk framework, policy, and monitoring risk profiles in accordance with risk appetite, through the process of risk identification, measurement, monitoring and risk control.

Manajemen Risiko

Sebagai bagian dari Allianz Group, Perusahaan menyelaraskan kerangka kerja manajemen risiko Perusahaan dengan peraturan OJK dan penerapan praktik terbaik Allianz Group. Untuk melindungi aset keuangan, Allianz Life Indonesia membuat kebijakan risk manajemen yang luas dengan elemen kunci sebagai berikut:

- Mendukung budaya manajemen risiko yang kuat dengan struktur tata kelola risiko yang kokoh;
- Menerapkan kerangka modal risiko terintegrasi secara konsisten di seluruh Grup untuk melindungi basis permodalan serta mendukung pengelolaan permodalan yang efektif;
- Mengintegrasikan pertimbangan risiko dan kebutuhan modal ke dalam proses manajemen dan pengambilan keputusan, melalui atribusi risiko dan alokasi modal ke berbagai segmen;

Kerangka yang komprehensif ini memastikan bahwa risiko dapat teridentifikasi, teranalisa, dinilai, dipantau dan dikontrol secara konsisten. *Risk appetite* Perusahaan ditentukan oleh strategi risiko dan struktur limit yang jelas.

Mekanisme pemantauan dan pelaporan risiko berkala memungkinkan kami untuk mendeteksi potensi penyimpangan dari toleransi risiko pada tahap awal.

Di tingkat Perusahaan, Manajemen mengemban tanggung jawab penuh dalam menetapkan kebijakan, strategi, kerangka kerja, budaya manajemen risiko, serta memastikan risiko Perusahaan dikelola dengan baik dan sejalan dengan peraturan yang berlaku.

Oleh sebab itu, Komite Pemantau Manajemen Risiko dibentuk untuk memantau pelaksanaan manajemen risiko.

Risk Management

As part of Allianz Group, the Company's risk management framework is aligned with OJK Regulation and the Group's best practice. To protect financial assets, Allianz Life Indonesia has established group wide risk management policy with the following key elements:

- *Promotion of a strong risk management culture supported by a robust risk governance structure;*
- *Consistent implementation of an integrated risk capital framework across the Group to protect the capital base and to support effective capital management;*
- *Integration of risk considerations and capital needs into management and decision-making processes through the attribution of risk and allocation of capital to the various segments;*

This comprehensive framework ensures that risks are identified, analysed, assessed, monitored and controlled consistently. The Company's risk appetite is defined by a clear risk strategy and limit structure.

Periodic risk monitoring and reporting mechanism allow us to detect potential deviations from our risk tolerance at an early stage.

At the Company level, the Management has the overall responsibility for establishing risk management policy, strategy, framework, culture and ensures that the Company's risks are managed in a sound manner and in line with regulations.

Thus, the Risk Management Monitoring Committee is established to monitor the implementation of risk management.

TATA KELOLA PERUSAHAAN

CORPORATE GOVERNANCE

Perusahaan telah mengklasifikasikan kategori risiko berikut sesuai dengan persyaratan OJK, yaitu:

1) Risiko Strategis

Merupakan potensi kegagalan Perusahaan dalam merealisasikan kewajiban kepada pemegang polis, tertanggung, nasabah, dan pemangku kepentingan. Kegagalan bisa saja terjadi karena faktor ketidakcukupan atau kegagalan dalam merencanakan, menetapkan dan melaksanakan strategi, membuat keputusan bisnis yang tepat, dan/atau Perusahaan kurang responsif terhadap perubahan eksternal.

Perusahaan telah menyusun rencana strategis berdasarkan studi dan data komprehensif untuk mengurangi risiko kesalahan dan ketidakakuratan. Dalam penerapannya, strategi tersebut dikomunikasikan ke semua tingkatan manajemen, dan dipantau secara berkala.

2) Risiko Operasional

Potensi kegagalan Perusahaan dalam memenuhi kewajibannya kepada tertanggung dan pemegang polis akibat tidak memadainya atau kegagalan proses internal, personalia, sistem teknologi informasi, dan/atau adanya kejadian yang berasal dari luar lingkungan Perusahaan.

Perlindungan polis mencakup risiko hukum dan kepatuhan, tetapi tidak termasuk kerugian dari risiko strategis dan reputasi.

Allianz telah mengembangkan kerangka kerja manajemen risiko operasional yang konsisten di seluruh Grup. Kerangka kerja ini berfokus pada pengenalan dini dan pengelolaan risiko operasional secara proaktif di semua bisnis dan fungsi pendukungnya. Kerangka kerja ini juga mengidentifikasi dan mengevaluasi risiko operasional yang relevan dan kelemahan pengendalian melalui *self assessment* yang terstruktur.

The Company has classified the following risk categories according to OJK requirements, namely:

1) Strategic Risk

It is the potential failure of the Company to realise obligations to the policyholders, insured, customers and stakeholders. The failure can happen due to inadequacies or failures in planning, establishing and implementing its strategies, making the right business decisions, and/or the Company's lack of response to external changes.

The Company has developed a strategic plan based on comprehensive studies and data to reduce the risk of errors and inaccuracy. In its implementation, the strategy is communicated to all levels of management, and tracked and monitored periodically.

2) Operational Risk

It is the potential failure of the Company in fulfilling its obligations to the insured and the policyholders due to the inadequacies or failures of internal processes, personnel, information technology systems, and/or the presence of events originating outside the Company's environment.

Coverage includes legal and compliance risk but excludes losses from strategic and reputational risks.

Allianz has developed a Group-wide consistent operational risk management framework that focuses on the early recognition and proactive management of operational risks in all business and supporting functions. The framework identifies and evaluates relevant operational risks and control weaknesses by means of a structured self-assessment.

3) Risiko Aset dan Liabilitas

Risiko ini timbul dari potensi kegagalan dalam pengelolaan aset dan kewajiban Perusahaan, yang mengakibatkan kurangnya dana untuk pemenuhan kewajiban Perusahaan kepada pemegang polis atau kewajiban reasuransi kepada perusahaan yang merasuransikan (*ceding company*).

Komite Investasi mengawasi pengelolaan risiko aset dan liabilitas. Dalam menjalankan tugas pengawasan ini, Komite Investasi merumuskan kebijakan investasi, dan mengawasi pelaksanaan kebijakan investasi yang telah ditetapkan; fungsi manajemen risiko yang akuntabel atas pengembangan kebijakan manajemen risiko, serta penelaahan harian atas kebijakan penerapan tersebut.

Untuk memastikan dana yang cukup agar dapat memenuhi kewajiban yang timbul dari kontrak asuransi, kebijakan risiko suku bunga Perusahaan mengacu kepada instrumen dengan suku bunga tetap. Instrumen suku bunga tetap memberikan bunga yang ditetapkan di awal dan terus berlanjut hingga jatuh tempo. Proses ini secara teratur dipantau oleh *Asset Liability Management (ALM)* Perusahaan.

Manajemen risiko aset dan liabilitas mencakup risiko-risiko berikut:

a) Risiko Kredit

Risiko kerugian finansial yang dialami pihak rekanan tidak dapat memenuhi kewajiban kontraktual mereka. Kebijakan dan prosedur berikut ini diterapkan untuk memitigasi eksposur Perusahaan terhadap risiko kredit:

- Reasuransi ditempatkan pada rekanan yang memiliki peringkat kredit yang baik, dan konsentrasi risiko dikelola melalui pedoman kebijakan berkenaan dengan batas rekanan yang dikelola secara lokal, tetapi disetujui sesuai standar Allianz Global dan sesuai dengan regulasi yang berlaku.
- Perseroan memantau dan mengelola risiko kredit dan fokus pada portofolio berdasarkan sistem counterparty limit.
- Karena Grup menggunakan sistem kepemilikan untuk mengelola risiko kredit, batas kredit dialokasikan kepada Perusahaan berdasarkan selera risiko Grup dan mempertimbangkan agregat global. Pemantauan dilakukan di tingkat Perusahaan dan Grup.

3) Assets and Liabilities Risk

It is the risk arising from potential failures in the management of the Company's assets and liability management, resulting in a lack of funds for the fulfilment of the Company's obligations to policyholders or the reinsurance liability to the ceding company.

The management of assets and liabilities risk is overseen by the Investment Committee that formulates the investment policy, and oversees the implementation of established investment policies; the risk management function is responsible for the development of risk management policies and for the day-to-day review of the implementation.

To ensure sufficient funds to meet obligations arising from insurance contracts, the Company's interest rate risk policy requires appropriate fixed-rate instruments to be maintained. Interest on fixed interest rate instruments are priced at the start and are fixed until maturity. This process is regularly monitored by the Company's Asset Liability Management (ALM) system.

Assets and liabilities risk management covers the following risks:

a) Credit Risk

It is the risk of financial loss from counterparties being unable to fulfil their contractual obligations. The following policies and procedures are in place to mitigate the Company's exposures to credit risk:

- *Reinsurance is placed with counterparties that have a good credit rating, and risk concentration is managed through policy guidelines with respect to counterparty limits that are managed locally, but approved according to Allianz Global standards and in accordance with applicable regulations.*
- *The Company monitors and manages credit risks and focuses on the portfolio based on the counterparty limit system.*
- *As the Group uses a proprietary system to manage credit risk, credit limits are allocated to the Company based on the Group's risk appetite and consider global aggregates. Monitoring is performed at both the Company level and the Group level.*

TATA KELOLA PERUSAHAAN

CORPORATE GOVERNANCE

b) Risiko Pasar

Perusahaan melihat risiko pasar sebagai risiko yang berubah mengikuti variabel pasar, dimana hal ini mempengaruhi nilai wajar atau arus kas kedepannya dari instrumen keuangan yang dimiliki. Secara umum, risiko pasar ditentukan oleh variabel-variabel yang meliputi nilai tukar mata uang asing (risiko mata uang), suku bunga pasar (risiko suku bunga), dan harga pasar (risiko harga ekuitas).

i. Risiko Mata Uang

Risiko nilai wajar atau arus kas masa depan dari suatu instrumen keuangan, yang akan berfluktuasi karena perubahan tarif nilai tukar mata uang asing. Perusahaan melakukan transaksi utama dengan mata uang Rupiah. Risiko nilai tukar mata uang asing timbul terutama terkait dengan dolar AS.

Aset keuangan Perusahaan didominasi dalam mata uang yang sama dengan kewajiban kontrak asuransi terkait. Oleh karenanya, Manajemen telah menentukan dampak risiko mata uang terhadap laba sebelum pajak, serta ekuitas berada dalam kisaran yang wajar.

ii. Risiko Suku Bunga

Risiko di mana nilai arus kas masa depan dari suatu instrumen keuangan akan mengalami fluktuasi akibat perubahan suku bunga pasar. Instrumen suku bunga yang mengambang akan membuat Perusahaan terekspos pada risiko suku bunga arus kas. Sementara Instrumen suku bunga tetap akan menyebabkan Perusahaan menghadapi risiko suku bunga nilai wajar.

iii. Risiko Harga Ekuitas

Risiko nilai wajar atau arus kas masa depan dari suatu instrumen keuangan akan mengalami fluktuasi karena perubahan harga pasar yang diakibatkan dari faktor-faktor tertentu untuk masing-masing instrumen keuangan atau penerbitnya, atau faktor-faktor yang mempengaruhi semua instrumen keuangan serupa yang diperdagangkan di pasar.

Eksposur risiko harga ekuitas Perusahaan terkait dengan aset keuangan yang nilainya akan berfluktuasi akibat perubahan harga pasar, terutama investasi pada efek ekuitas yang dimiliki untuk bisnis asuransi jiwa dan kesehatan.

b) Market Risk

The Company considers market risk as a risk that changes with market variables that affect the fair value or future cash flow of the financial instruments held. In general, market risk is determined by variables that include foreign exchange rates (currency risk), market interest rates (interest-rate risk) and market prices (equity price risk).

i. Currency Risk

It is the risk that the fair value or the future cash flow of a financial instrument will fluctuate due to changes in foreign exchange rates. The Company's principal transactions are carried out in Indonesian Rupiah and its exposures to foreign exchange risk arise primarily with respect to the US dollar.

The Company's financial assets are primarily denominated in the same currencies as the corresponding insurance contract liabilities. Therefore, the Management has determined that the impact of currency risk on profit before tax and equity is within an acceptable range.

ii. Interest Rate Risk

Interest rate risk is the risk that the value of future cash flows of a financial instrument will fluctuate due to the change in market interest rates. Floating rate instruments expose the Company to cash flow interest rate risk, whereas fixed interest rate instruments expose the Company to fair value interest rate risk.

iii. Equity Price Risk

It is the risk that the fair value or future cash flows of a financial instrument will fluctuate because of changes in market prices by factors specific to the individual financial instrument or its issuer or factors affecting all similar financial instruments traded in the market.

The Company's equity price risk exposures relate to financial assets whose values will fluctuate due to changes in market prices, especially investments in equity securities held for the life and health insurance business.

c) Risiko Likuiditas

Risiko kesulitan dalam pemenuhan kewajiban yang terkait dengan kontrak asuransi dan instrumen keuangannya.

Kebijakan dan prosedur berikut telah diterapkan untuk memitigasi eksposur Perusahaan terhadap risiko likuiditas:

- Kebijakan risiko likuiditas yang mengatur tentang penilaian dan penentuan apa yang merupakan risiko likuiditas bagi Perusahaan
- Terdapat pedoman untuk alokasi aset, struktur batas portofolio dan profil jatuh tempo aset, untuk memastikan kecukupan dana untuk memenuhi kewajiban yang timbul dari kontrak asuransi dan investasi Perusahaan
- Perusahaan memiliki rencana pendanaan darurat yang menentukan kebutuhan dana minimum, dan tindakan yang diperlukan, untuk memenuhi kebutuhan darurat
- Perusahaan memiliki portofolio aset yang sangat mudah dijual dan beragam mudah dilikuidasi jika terjadi gangguan arus kas yang tidak terduga.

4) Risiko Kepengurusan

Potensi kegagalan dalam mencapai tujuan karena kegagalan untuk mempertahankan Dewan dengan komposisi terbaik dengan kompetensi dan integritas tinggi. Pengurus dalam hal Risiko Kepengurusan didefinisikan sebagai Direksi dan Dewan Komisaris.

Perusahaan memitigasi risiko ini dengan memastikan profesionalisme melalui penunjukan yang tepat agar memiliki komposisi Direksi dan Dewan Komisaris yang berkompetensi, dengan nilai kepemimpinan dan integritas yang tinggi. Perusahaan memastikan bahwa proses tersebut sejalan dengan peraturan. Oleh karenanya, hal ini dilakukan dengan proses seleksi yang hati-hati untuk memastikan kompetensi dan kapabilitas, serta keahlian mereka dalam industri asuransi.

c) Liquidity Risk

It is the risk of difficulty in meeting obligations associated with its insurance contracts and financial instruments.

The following policies and procedures have been implemented to mitigate the Company's exposure to liquidity risk:

- *A liquidity risk policy which sets out the assessment and determination of what constitutes liquidity risk for the Company*
- *Guidelines are in place for asset allocation, portfolio limit structures and maturity profiles of assets, to ensure sufficiency of funds to meet the obligations arise from the Company's insurance and investment contracts*
- *The Company maintains a contingency funding plan that determines the minimum funds needed, and the actions required, to meet emergency needs*
- *The Company maintains a portfolio of highly marketable and diverse assets that can be easily liquidated in the event of an unforeseen interruption of cash flow.*

4) Stewardship Risk

It is the potential failure of achieving the objectives due to the failure to maintain the best Board composition with high competence and integrity. The stewards in this Stewardship Risk context are defined as the Board of Directors and the Board of Commissioners.

The Company mitigates this risk by ensuring professionalism through the right appointments, a good composition of Directors and Commissioners, as well as leadership value, competency and integrity. The Company ensures that the process is in line with regulatory requirements, such as by conducting a prudent selection process to ensure the competencies and capabilities, as well as ensuring their expertise in the insurance industry.

TATA KELOLA PERUSAHAAN

CORPORATE GOVERNANCE

5) Risiko Tata Kelola

Potensi kegagalan dalam penerapan tata Kelola yang baik, manajemen yang tidak layak, lingkungan pengendalian, dan perilaku dari masing-masing pihak yang terlibat langsung atau tidak langsung dengan Perusahaan.

Perusahaan mengadopsi dan mengimplementasikan prinsip-prinsip utama Tata Kelola Perusahaan seperti transparansi, akuntabilitas, responsibilitas, independensi, dan keadilan. Perusahaan juga memastikan pelaksanaan kebijakan dan prosedur, serta meninjau secara berkala untuk memastikan bahwa kebijakan dan prosedur masih sejalan dan diperbarui sesuai dengan kondisi saat ini dengan praktik terbaik.

6) Risiko Dukungan Pendanaan

Risiko Penunjang Pendanaan (Permodalan) adalah risiko yang timbul dari ketidakcukupan dana atau modal pada Perusahaan, termasuk tidak adanya akses tambahan dana atau modal dalam menghadapi kerugian atau kebutuhan pendanaan/modal yang tidak terduga. Hal ini bisa juga disebabkan oleh kerugian yang tidak terduga akibat kejadian yang tidak terduga, seperti kenaikan rasio klaim yang tidak terduga, serta hasil investasi yang tidak diharapkan, dan faktor-faktor lainnya.

Perusahaan memiliki sistem kontrol dan proses pemantauan untuk menilai kekurangan dan kebutuhan modal jangka panjang Perusahaan. Perencanaan permodalan adalah bagian dari kerangka manajemen risiko yang komprehensif, dimana prosedur pemantauan perlu dilakukan hal ini. Rencana manajemen modal juga mempertimbangkan profil risiko, target pemecahan masalah (persyaratan peraturan), proyeksi, serta skenario uji stres.

7) Risiko Asuransi

Risiko Asuransi adalah potensi kegagalan Perusahaan dalam memenuhi kewajibannya kepada tertanggung dan pemegang polis, sebagai akibat dari tidak memadainya proses pemilihan risiko (*underwriting*), penetapan premi (*pricing*), reasuransi, seleksi dan/atau penanganan klaim. Hal ini dapat disebabkan oleh perubahan level, trend atau volatilitas sejumlah eksposur risiko asuransi, termasuk diantaranya mortalitas, morbiditas, umur panjang, tingkat persistensi, dan biaya yang ditimbulkan.

5) Governance Risk

It is the potential failure in the implementation of good governance, improper management style, control environment, and the behaviour of each of the parties involved directly or indirectly with the Company.

The Company has adopted and implemented the key GCG principles of transparency, accountability, responsibility, independence, and fairness. The Company also ensures the implementation of policies and procedures, as well as periodical reviews to ensure that the policies and procedures are still in line and updated in accordance with current and best practices.

6) Funding Support Risk

Funding Support Risk (Capital) is the risk arising from insufficient funds or capital in the Company, including the lack of access to additional funds or capital in the face of unexpected losses or funding/capital needs. This can be caused by unexpected losses due to unexpected events, such as unexpected increases in the claim ratio, and unexpected investment results, or others.

The Company has a control system and monitoring processes in place to assess the Company's short and long-term capital needs. Capital planning is part of a comprehensive risk management framework, and monitoring procedures are documented. The capital management plan also considers risk profiles, troubleshooting targets (regulatory requirement), projections, as well as stress test scenarios.

7) Insurance Risk

Insurance Risk is the potential failure of the Company to meet its obligations to the insured and the policyholders as a result of the inadequacy of the risk selection process (underwriting), premiums setting (pricing), reinsurance, selection and/or the handling of claims. This can be caused by changes in the level, trend or volatility of a number of insurance risk exposure, including mortality, morbidity, longevity, persistency levels, and the resulting costs.

Perusahaan perlu membuat asumsi tentang faktor-faktor dalam menentukan harga produknya, serta untuk pelaporan hasil operasi bisnis jangka panjangnya. Asumsi persistensi Perusahaan tercermin dalam pengalaman sebelumnya di setiap lini bisnis Perusahaan yang relevan, dan harapan yang ingin dicapai di masa depan.

Jika sesuai, tunjangan juga bisa diakomodir berdasarkan risiko asuransi, yang diasumsikan atau diamati secara historis, antara persistensi dan hasil investasi, serta untuk risiko tambahan yang bisa terjadi.

The Company needs to make assumptions about a number of factors in determining the pricing of its products and for reporting the results of its long-term business operations. The Company's persistency assumptions reflect recent past experience for each relevant line of business, and any expectations of future persistence.

Where appropriate, allowances are also made based on the insurance risk, which is either assumed or historically observed, between persistency and investment returns, and for the resulting additional risk.

Manajemen Risiko Terintegrasi

Integrated Risk Management

Berdasarkan Peraturan OJK No. 17/POJK.03/2014 tentang Penerapan Manajemen Risiko Terintegrasi Bagi Konglomerasi Keuangan, koordinasi antara PT Asuransi Allianz Life Indonesia sebagai entitas utama dengan PT Asuransi Allianz Utama Indonesia sebagai anggota keuangan konglomerasi harus berpedoman pada prinsip-prinsip Tata Kelola Perusahaan yang Baik.

Penerapan manajemen risiko terintegrasi disesuaikan dengan karakteristik dan kompleksitas usaha Konglomerasi Keuangan.

Pursuant to OJK Regulation No. 17/POJK.03/2014 concerning the Implementation of Integrated Risk Management for Financial Conglomerates, the coordination between PT Asuransi Allianz Life Indonesia as the main entity and PT Asuransi Allianz Utama Indonesia as a member of the financial conglomerate shall be pursuant to the principles of Good Corporate Governance.

The implementation of integrated risk management is adjusted to the characteristics and complexity of the Financial Conglomerate's business.

Unit Manajemen Investasi

Investment Management Unit

Manajemen Investasi mendukung Allianz Life Indonesia dalam mengawasi dan mengelola portofolio investasi Perusahaan. Unit Pengelola Investasi per 31 Desember 2019 dipimpin oleh Ni Made Daryanti sebagai *Chief Investment Officer*.

The Investment Management supports Allianz Life Indonesia in overseeing and managing the Company's investment portfolio. The Investment Management Unit as of 31 December 2019 is led by Chief Investment Officer, Ni Made Daryanti.

Auditor Eksternal

External Audit

Tabel berikut menjelaskan secara singkat kantor akuntan publik dan akuntan yang telah mengaudit laporan keuangan Perusahaan selama tiga tahun buku terakhir:

The following table contains public accounting firms and accountants that have audited the Company's financial statements for the past three financial years:

Keterangan Description	2019	2018	2017
Akuntan Publik Public Accounting Firm	Tanudiredja, Wibisana, Rintis & Rekan	Tanudiredja, Wibisana, Rintis & Rekan	Siddharta Widjaja & Rekan
Akuntan Accountant	Angelique Dewi Daryanto, S.E.,CPA	Angelique Dewi Daryanto, S.E.,CPA	Elisabeth Imelda, S.E. M.Ak, CPA

TATA KELOLA PERUSAHAAN

CORPORATE GOVERNANCE

Kebijakan Tata Kelola Perusahaan yang Baik

Good Corporate Governance Policies

Kebijakan Kepatuhan

Kebijakan ini wajib ada di Allianz Group, dimana kebijakan berfokus kepada tugas Fungsi Kepatuhan dan pelaksanaannya dalam Grup untuk menetapkan prinsip-prinsip inti tanggung jawab inti, kerangka organisasi dan pelaporan serta pemantauan tugas Fungsi Kepatuhan dalam Allianz Group.

Kebijakan Tata Kelola dan Kontrol

Kebijakan ini menjelaskan prinsip-prinsip inti dan proses untuk memastikan manajemen dan pengawasan yang efektif atas Allianz Bisnis grup. Kebijakan tersebut mencakup tanggung jawab, termasuk struktur organisasi yang relevan, manajemen risiko, dan sistem pengendalian internal Grup.

Kebijakan Anti Korupsi

Sesuai dengan ketentuan yang berlaku, kebijakan ini diberlakukan oleh Allianz agar terhindar dari sanksi hukum dan reputasi negatif sebagai akibat dari tindakan ilegal dan kriminal, seperti korupsi dan penyuapan. Kebijakan ini dibuat sebagai komitmen Allianz dalam menerapkan kontrol kepatuhan yang kuat dan efektif dengan tujuan untuk mencegah korupsi dan tindakan penyuapan.

Anti Pencucian Uang dan Memerangi Pembiayaan Kebijakan Terorisme (AML-CFT)

Kebijakan ini menjalankan Anti Pencucian dan Pemberantasan Uang Pendanaan Terorisme sesuai dengan peraturan perundang-undangan dan regulasi yang berlaku. Kebijakan ini mengatur:

- Uji tuntas nasabah
- Prinsip mengenali pegawai
- Pemantauan transaksi dan pelaporan transaksi yang mencurigakan
- Anti Pencucian Uang dan Pencegahan Pembiayaan Pelatihan Terorisme.

Kebijakan & Protokol Anti-Penipuan

1. Kebijakan Anti-Penipuan

Kebijakan ini dirancang untuk menilai dan menangani risiko penipuan di internal dan eksternal, mulai dari klaim asuransi penipuan, penggelapan premium, manipulasi data TI, hingga kesalahan penyajian data keuangan yang disengaja.

2. Protokol Investigasi

Tujuan dari protokol ini untuk melengkapi Kebijakan Anti-Fraud dengan proses investigasi penipuan.

Compliance Policy

This policy is mandatory within the Allianz Group, which focuses on the Compliance Function tasks and their implementation within the Group to establish the core principles regarding the key responsibilities, the organisational framework and the reporting and monitoring duties of the Compliance Function within the Allianz Group.

Governance and Control Policy

This policy describes the core principles and processes to ensure effective management and oversight of the Allianz Group's business. The policy focuses on the allocation of Responsibilities, including the relevant organisational structure, the risk management and the Group's internal control system.

Anti-Corruption Policy

This policy complies with the applicable regulations, for Allianz to avoid legal sanctions and negative reputation as a result of illegal and criminal acts, such as corruption and bribery. This policy is established as a form of Allianz's commitment to maintaining strong and effective compliance controls in preventing corruption and bribery acts.

Anti-Money Laundering and Combating the Financing of Terrorism (AML-CFT) Policy

This policy exercises the Anti Money Laundering and Combating the Financing of Terrorism in accordance with the prevailing laws and regulations. This policy regulates:

- Customer due diligence
- Know your employee principle
- Transaction monitoring and suspicious transaction reporting
- Anti Money Laundering and Combating the Financing of Terrorism training.

Anti-Fraud Policy & Protocol

1. Anti-Fraud Policy

This policy is designed for assessing and addressing the fraud risk both internally and externally, ranging from insurance claims fraud, premium embezzlement, manipulation of IT data, to intentional misstatement of financial data.

2. Investigation Protocol

The purpose of this protocol is to complement the Anti-Fraud Policy with the fraud investigation process.

Kode Etik

Code of Conduct

Kebijakan Hadiah dan Hiburan

Karyawan dilarang menawarkan, memberi, menjanjikan, atau menyetujui segala bentuk hadiah atau hiburan untuk nasabah atau mitra bisnis, atau menerima hal serupa dari mereka. Oleh karena itu, Perusahaan telah menetapkan kebijakan Hadiah dan Hiburan untuk mencegah konflik atau potensi konflik antara kepentingan karyawan serta tugas dan tanggung jawab mereka kepada Allianz sebagai pemberi kerja, serta nasabah dan mitra bisnis.

Kode Etik Penjualan

Ini berlaku untuk semua agen pemasaran, pimpinan agensi, dan perwakilan dari seluruh jaringan pemasaran dalam distribusi penjualan produk Allianz.

Pedoman dan Prosedur Pelaporan Pelanggaran

Berlaku terhadap agen pemasaran, pimpinan keagenan, dan perwakilan dari seluruh jaringan distribusi yang melakukan pemasaran produk Allianz.

Kebijakan Konflik Kepentingan

Kebijakan ini memberikan pedoman yang merincikan elemen yang dianggap sebagai konflik kepentingan. Pedoman ini mencakup proses dan prosedur yang ada untuk memfasilitasi kepatuhan dan konsekuensi dari ketidakpatuhan. Dimaksudkan untuk membantu karyawan Allianz Life Indonesia dalam mengambil keputusan yang tepat ketika menghadapi potensi benturan kepentingan masalah.

Kebijakan Uji Tuntas Perantara Penjualan

Saat melibatkan Agen Terikat dan Perantara Penjualan, langkah-langkah tertentu diperlukan untuk mengurangi kemungkinan risiko reputasi, hukum, atau peraturan dari penugasan tersebut. Karenanya, indikator peringatan dini untuk risiko korupsi dan penipuan diadopsi dalam proses rekrutmen untuk Agen Terikat dan Perantara Penjualan yang bertindak atas nama Perusahaan.

Berurusan dengan Kebijakan Nasabah Pemerintah

Kebijakan ini dirancang untuk memandu interaksi dan urusan bisnis dengan Nasabah Pemerintah.

Kebijakan Penyaringan Integritas Vendor

Kebijakan ini dirancang untuk membantu Perusahaan melakukan pemeriksaan integritas vendor sebelum pengikatan.

Kebijakan Sponsorship

Kebijakan ini bertujuan untuk menghindari setiap konflik atau potensi konflik, antara kepentingan siapa pun yang bertindak atas nama Allianz sehubungan dengan tanggung jawab mereka kepada Allianz, nasabah dan mitra bisnis dalam memberikan sponsorship.

Gift and Entertainment Policy

Employees are prohibited from offering, giving, promising, or approving of all forms of gifts or entertainment for customers or business partners, or to accept similar things from them. Hence, the Company has established a Gift and Entertainment policy to prevent conflicts or potential conflicts between the employees' interests as well as their duties and responsibilities to Allianz as their employer, as well as customers and business partners.

Code of Conduct for Sales

This applies to all marketing agents, agency leaders, and representatives of the entire network marketing in the sales distribution of Allianz products.

Whistleblowing Guidelines and Procedures

Applies to all marketing agents, agency leaders, and representatives of the entire sales distribution network marketing Allianz products.

Conflict of Interest Policy

This policy provides guidelines that detail the elements considered as a conflict of interest. The guidelines include existing processes and procedures to facilitate compliance and the consequences of non-compliance. This policy is intended to assist Allianz Life Indonesia's employees in making the right decisions when being faced with potential conflicts of interest issues.

Sales Intermediary Due Diligence Policy

When engaging Tied Agents and Sales Intermediaries, certain steps are required to mitigate any possible reputation, legal or regulatory risks of such engagements. Hence, early warning indicators for corruption and fraud risk are adopted in the recruitment process for Tied Agents and Sales Intermediaries acting on behalf of the Company.

Dealing with Government Customers Policy

This policy is designed to guide interaction and business dealing with Government Customers.

Vendor Integrity Screening Policy

This policy is designed to assist the Company to conduct integrity screening of a vendor before engagement.

Sponsorship Policy

This policy aims to avoid any conflicts or potential conflicts, between the interest of any whose acting on behalf of Allianz with regards to their responsibilities to Allianz, the customers and business partners in providing sponsorship.





06

TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN

CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY

TANGGUNG JAWAB PERUSAHAAN

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY



Perusahaan percaya bahwa sinergi antara Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility - CSR*) dan kinerja bisnis memiliki peran penting dalam mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan. Kami bertekad untuk menjadi karyawan yang baik. Oleh karena itu, selain dari pencapaian target bisnis, kami menempatkan masalah sosial dan lingkungan sebagai bagian dari keberlanjutan Perusahaan kami.

Mewujudkan bisnis yang berkelanjutan berarti memiliki kemampuan untuk memelihara dan terus meningkatkan kepuasan nasabah, mengasah kompetensi sumber daya manusia, memberdayakan masyarakat, dan melestarikan lingkungan.

Melalui Yayasan Allianz Peduli, kami mewujudkan komitmen CSR untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat sekitar dimana Allianz Life Indonesia beroperasi. Program CSR kami berfokus pada empat pilar, yaitu tanggung jawab sosial terhadap pendidikan, kesehatan, pemberdayaan ekonomi, serta membantu korban bencana alam dan melestarikan lingkungan.

Allianz believes that the synergy of Corporate Social Responsibility (CSR) and business performance plays a vital role in achieving sustainable growth. We are determined to become good corporate citizens. Hence, besides from our target of achieving business interests, our corporate social responsibility focuses on social and environmental issues.

Achieving business sustainability means having the ability to maintain and keep improving our customer satisfaction, develop the competencies of our human resources, empower communities, and preserve the environment.

Through the Allianz Peduli Foundation, we realise our CSR commitment to enhancing a better quality of life for the surrounding communities in which Allianz Life Indonesia operates. Our CSR programs focus on four pillars, namely education, health, economic empowerment, along with disaster and environment.





PEDIA



LITERASI KEUANGAN
FINANCIAL LITERACY

TANGGUNG JAWAB PERUSAHAAN DI BIDANG EDUKASI SOCIAL RESPONSIBILITY TOWARDS EDUCATION

PEDIA

Program Pendidikan Inovatif untuk Anak (Pedia) telah berjalan sejak tahun 2017 yang bertujuan untuk menciptakan lingkungan belajar yang aktif, kreatif dan mandiri bagi siswa dan guru. Ada empat proyek dalam program ini, yaitu *Smart Mobile Library (Smiley)*, kampanye keamanan pangan, pelatihan guru PAUD (Pendidikan Anak Usia Dini), dan pelatihan *soft skill* untuk siswa sekolah kejuruan.

LITERASI KEUANGAN

Literasi Keuangan adalah kegiatan inti dari program CSR kami. Kami selalu memasukkan topik-topik terkait literasi keuangan saat melakukan kegiatan CSR, baik itu di bidang pendidikan, kesehatan, pemberdayaan ekonomi, juga dalam kegiatan membantu korban bencana serta kegiatan pelestarian lingkungan. Tujuannya adalah untuk mengedukasi masyarakat akan pentingnya perencanaan keuangan dan pengelolaan uang.

Pada tahun 2019, CSR Allianz Indonesia bekerja sama dengan Departemen Investasi Allianz Indonesia menyelenggarakan *Smartplan Investment Boardgame*. Ini adalah permainan interaktif yang mendidik peserta tentang cara mengelola uang mereka dengan bijak. Permainan ini juga mencakup simulasi tentang cara membeli produk asuransi dan instrumen keuangan.

Smartplan Investment Boardgame diselenggarakan dalam rangka memperingati *Customer Day 2019* di Kidzania. Acara tersebut dihadiri oleh 21 anak muda dari berbagai kalangan, 21 nasabah dan tenaga pemasaran dari Allianz, serta 30 orang remaja SOS Children's Village Semarang dalam program SOS We Are Hope.

The Innovative Education Programme for Children (Pedia) has been running since 2017, and aims to create active, creative and independent learning environments for both students and teachers. There are four projects under this initiative: Smart Mobile Library (Smiley), food safety campaign, training for preschool teachers, and soft skills training for vocational school students.

FINANCIAL LITERACY

Financial Literacy is at the core activity of our CSR programme. We always include financial literacy-related topics when conducting CSR activities, be it in education, health, economic empowerment, as well as disaster and environment. The purpose is to educate the communities on the importance of financial planning and money management.

In 2019, CSR Allianz Indonesia, in collaboration with Allianz Indonesia's Investment Department, organised the Smartplan Investment Board Game, an interactive game that educates participants on how to manage their money wisely. The game also includes a simulation on how to purchase insurance products and financial instruments.

The Smartplan Investment Board game was held in commemoration of Customer Day 2019 in Kidzania. The event was attended by 21 youngsters from various circles, 21 of Allianz's customers and sales people, as well as 30 teenagers from SOS Children's Village Semarang in correspondence with their SOS We Are Hope programme.



Selain *Smartplan Investment Boardgame*, CSR Allianz Indonesia juga menyelenggarakan pelatihan-pelatihan lainnya yang berhubungan dengan literasi keuangan, antara lain Pelatihan Literasi Keuangan Dewasa kepada 30 orang masyarakat Desa Bilebante, Lombok; menyelenggarakan Seminar Keuangan untuk perempuan dengan topik “Perempuan Punya Power Atur Uang” di UIN Syarif Hidayatullah, Tangerang, dan Islamic Centre Bekasi. Lebih dari 600 perempuan mengikuti kedua seminar ini.

GLOBAL MONEY WEEK 2019

Allianz Indonesia melalui Yayasan Allianz Peduli mendukung program *Global Money Week 2019* yang mengusung tema “belajar, menabung & menghasilkan”. Program ini ditujukan kepada kaum muda untuk meningkatkan kesadaran akan pentingnya perencanaan keuangan. Pada tahun 2019, program *Global Money Week* bekerjasama dengan *Youth Finance Indonesia*, sebuah organisasi *non profit* yang memberikan literasi keuangan dan melatih keterampilan dalam mengelola keuangan kepada kaum muda Indonesia.

Selama tahun 2019, sebanyak 2.149 partisipan turut serta dalam program ini.

WE ARE HOPE

Sepanjang tahun 2019, Allianz Indonesia menggelar program kerjasama “*We Are Hope*” melalui Yayasan Allianz Peduli dan *SOS Children’s Villages*. Program ini bertujuan untuk memberikan harapan bagi generasi muda khususnya di *SOS Children’s Village Semarang*. Kami mendorong anak-anak muda ini untuk siap berkarir dan memasuki dunia kerja.

In addition to the Smartplan Investment Board game, CSR Allianz Indonesia also held other financial literacy related training sessions; Financial Literacy Training for Adults with 30 people from Bilebante Village, Lombok; and seminar for women themed “Perempuan Punya Power Atur Uang” (Women Have the Power to Manage Money) at UIN Syarif Hidayatullah, Tangerang, and Islamic Centre, Bekasi. More than 600 women took part in the both seminars.

GLOBAL MONEY WEEK 2019

Allianz Indonesia, through the Allianz Peduli Foundation, supported Global Money Week 2019 programme, which carried the theme “learn, save & earn”. The youth programme aimed to raise awareness of the importance of financial planning. In 2019, the Global Money Week collaborated with Youth Finance Indonesia, a non-profit organisation that provides financial literacy and train skills in financial management to Indonesian youth.

During 2019, as many as 2,149 people participated in this event.

WE ARE HOPE

Throughout 2019, Allianz Indonesia held a cooperation programme called “We Are Hope” through the Allianz Peduli Foundation and SOS Children’s Villages. The aim of the programme was to provide hope for young people, especially in SOS Children’s Village Semarang. We want to encourage these children to be ready to enter the world.



DONOR DARAH
BLOOD DONOR



PERTOLONGAN PSIKOLOGIS
PSYCHOLOGICAL FIRST AID

Diluncurkan pada 21 Februari 2019, program *We Are Hope* ditargetkan bagi para siswa sekolah menengah atas dan sekolah menengah kejuruan yang akan mengikuti sesi pelatihan, dengan mata pelajaran seperti bahasa Inggris, *public speaking*, perencanaan dan manajemen keuangan, serta pengetahuan dasar untuk memasuki dunia kerja. Sesi pelatihan ini berlangsung selama satu tahun dan setiap tiga bulan siswa wajib mengikuti evaluasi agar hasil program pelatihan ini bisa maksimal. Pada tahun 2019, ada 30 pelajar yang mengikuti program ini.

Launched on 21 February 2019, "We Are Hope" is one year training aimed at high school and vocational high school students, in vocational areas such as English, public speaking, financial planning and management, as well as basic knowledge for their future careers. In 2019, as many as 30 students took part.

TANGGUNG JAWAB TERHADAP KESEHATAN

SOCIAL RESPONSIBILITY TOWARDS HEALTH

DONOR DARAH

Allianz Indonesia melakukan donor darah secara rutin untuk membantu Palang Merah Indonesia (PMI) dalam mengumpulkan darah bagi yang membutuhkan. Kegiatan kemanusiaan ini diadakan setiap triwulan di Allianz Tower Jakarta dan Allianz Regional Agency Management Center (RAMC) Medan. Relawan dari berbagai departemen Allianz Indonesia turut berpartisipasi dalam setiap kegiatan donor darah ini. Hingga Oktober 2019, ada 757 pendonor yang memenuhi syarat dari 1.021 yang mendaftar di Allianz Tower untuk menyumbangkan darahnya. Sementara di Medan, terdapat 549 pendonor yang memenuhi syarat dari 839 yang mendaftar.

BLOOD DRIVE

Allianz Indonesia routinely conducts blood drives to assist the Indonesian Red Cross (PMI) to collect blood for those in need. This humanitarian activity is held quarterly at Allianz Tower Jakarta and Allianz Regional Agency Management Centre (RAMC) Medan. Volunteers from various departments at Allianz Indonesia take part at every blood drive activity. As of October 2019, as many as 757 out of 1,021 registered donors at Allianz Tower Jakarta were qualified to donate their blood. Meanwhile, in Medan, 549 out of 839 donors were qualified to donate.

PERTOLONGAN PSIKOLOGIS

Sepanjang tahun 2019, Yayasan Allianz Peduli mengadakan Pertolongan Psikologis/ *Psychological First Aid* (PFA) untuk memberikan dukungan moril bagi para korban gempa bumi di Palu, Donggala, dan Sigi (Sulawesi Tengah). Kegiatan ini berlangsung di tempat penampungan pengungsi dan sekolah, dan kami memberikan dukungan moril kepada 1.539 korban di Palu, 639 di Donggala, dan 501 di Sigi. PFA merupakan langkah awal dalam mengurangi stres dan juga melatih kembali kemampuan para korban dalam menyelesaikan masalah jangka pendek maupun jangka panjang setelah terjadinya bencana.

PSYCHOLOGICAL FIRST AID

Throughout 2019, Allianz Peduli Foundation held Psychological First Aid (PFA) to give mental health support to the victims of earthquakes in Palu, Donggala, and Sigi (Central Sulawesi). The activity took place at the refugee shelters and schools, supporting 1,539 victims in Palu, 639 in Donggala, and 501 in Sigi. The PFA is an early step to reduce post-disaster stress and to assist victims with their short and long term decision making.



BUDIDAYA ORGANIK
ORGANIC AQUACULTURE



PANDAI

TANGGUNG JAWAB TERHADAP PEMBERDAYAAN EKONOMI

BUDIDAYA ORGANIK

Allianz Indonesia memenangkan kompetisi *Social Innovation Fund* yang diadakan oleh Allianz Group. Kompetisi ini bertujuan untuk mengasah kompetensi anak muda melalui berbagai proyek sosial yang didanai langsung oleh Allianz Group. Bertempat di Desa Greol, Mojokerto, Jawa Timur, proyek ini diikuti oleh para pemuda desa dan mereka dibekali dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan dalam membudidayakan ikan lele dengan metode budidaya organik. Metode ini menggunakan air tawar dan bahan organik sebagai pakan ikan.

PETANI DIGITAL ALLIANZ INDONESIA (PANDAI)

Petani Digital Allianz Indonesia (Pandai) merupakan program pemberdayaan petani organik. Ini adalah bagian dari program pemerintah dalam membangun 1.000 Desa Organik. Melalui "Pandai", Yayasan Allianz Peduli menciptakan *platform* digital untuk membantu pemasaran produk organik yang sulit dijual di pasar dalam negeri agar layak untuk diekspor. Platform tersebut memungkinkan petani organik untuk menjual produk mereka ke luar negeri.

SOCIAL RESPONSIBILITY TOWARDS ECONOMIC EMPOWERMENT

ORGANIC AQUACULTURE

Allianz Indonesia won the *Social Innovation Fund* competition held by Allianz Group. The competition was aimed to increase the competence of youngsters by means of various social projects, which are directly funded by Allianz Group. Taking place in Greol Village, Mojokerto, East Java, young villagers were involved in the project where they were equipped with the necessary knowledge and skills of catfish cultivation using an organic aquaculture method of fresh water and organic ingredients as fish feeds.

ALLIANZ INDONESIA DIGITAL FARMER (PANDAI)

Allianz Indonesia Digital Farmer (Pandai) is a programme that empowers organic farmers. This is part of the government's programme in building 1,000 Organic Villages. With "Pandai", Allianz Peduli Foundation created a digital platform as a marketing tool to export the organic products because they are difficult to sell in the domestic market. The platform enables organic farmers to sell and offer their products online to the international market.



PENANAMAN BAKAU & WORLD CLEAN UP DAY 2019
MANGROVE PLANTING & WORLD CLEAN UP DAY 2019



TANGGUNG JAWAB TERHADAP BENCANA & LINGKUNGAN

Kegiatan operasional kami sebagai Perusahaan asuransi tidak berkaitan langsung dengan lingkungan. Namun, kami berupaya meminimalkan pencemaran lingkungan. Untuk itu, dalam kegiatan operasional, kami berupaya untuk menghemat kertas, listrik, dan bahan bakar. Kebijakan ini diterapkan di seluruh area gedung kantor pusat. Penerapannya tidak hanya memberikan dampak positif bagi lingkungan, tetapi juga menciptakan budaya efisiensi di Perusahaan.

PENANAMAN BAKAU & WORLD CLEAN UP DAY 2019

Sebagai bagian dari partisipasi Perusahaan pada *World Clean Up Day 2019*, Allianz Indonesia melalui Yayasan Allianz Peduli melakukan penanaman pohon bakau dan bersih-bersih pasar pada tanggal 21 September 2019 di Muara Tawar, Bekasi. Kami berhasil menanam 3.000 pohon bakau dan mengumpulkan 153 kg sampah. Kegiatan bersih-bersih terbesar di dunia ini diikuti oleh 18 juta relawan, dan 100 diantaranya adalah relawan dari Allianz Indonesia. Kegiatan ini digelar serentak di 157 negara.

SOCIAL RESPONSIBILITY TOWARDS DISASTER & ENVIRONMENT

Our operational activities as an insurance Company are not directly related to the environment. However, we strive to minimise our impact by using less paper, electricity and fuel. This policy is applied in all areas of the head office building. Its application has a positive impact on the environment and also creates a culture of efficiency within our Company.

MANGROVE PLANTING & WORLD CLEAN UP DAY 2019

As part of the Company's participation at the World Clean Up Day 2019, Allianz Indonesia, through the Allianz Peduli Foundation, planted mangrove trees and cleaned up a marketplace area on September 21, 2019 in Muara Tawar, Bekasi. We managed to plant 3,000 mangrove trees and collect 153 kg of waste. As many as 100 volunteers from Allianz Indonesia were among the 18 million volunteers that took part in this world's biggest clean up activity, which was held simultaneously in 157 countries.



TEMPAT PENAMPUNGAN SEMENTARA
TEMPORARY SHELTER BUILDING



TEMPAT PENAMPUNGAN SEMENTARA (Hunian Sementara (HUNTARA))

Yayasan Allianz Peduli menggelar konser Lifechanger pada tanggal 9 Maret 2019 di Allianz Ecopark, Ancol, Jakarta. Seluruh dana hasil konser disumbangkan untuk korban bencana alam di Lombok, NTB, dan Sigi, Sulawesi Tengah. Donasi tersebut disalurkan melalui Habitat Indonesia untuk membangun tempat penampungan sementara bagi para korban bencana alam.

BANK SAMPAH GUSLING

Allianz Indonesia bekerja sama dengan masyarakat Kelurahan Guntur di Jakarta Selatan dalam mengoperasikan sistem pengelolaan sampah melalui program bank sampah. Program ini telah dilaksanakan sejak tahun 2016 yang bertujuan untuk membantunya masyarakat Kelurahan Guntur dalam mengurangi penumpukan sampah dan menciptakan lingkungan yang lebih bersih sehingga masyarakat dapat hidup lebih sehat.

Kami telah mendukung program Bank Sampah Gusling secara konsisten sejak tahun 2018. Seluruh karyawan maupun tenaga pemasar yang bekerja di gedung kantor pusat Allianz Indonesia mendukung dan dapat terjun langsung di kegiatan ini.

Sepanjang tahun 2019, ada 29 relawan yang mengikuti program ini. Dari kegiatan tersebut, total sampah yang berhasil mereka bersihkan mencapai 7.989 kg.

BUILDING TEMPORARY SHELTERS

The Allianz Peduli Foundation held a Lifechanger concert on 9 March 2019 at Allianz Ecopark, Ancol, Jakarta. All of the proceeds from the concert were donated to natural disaster victims in Lombok, NTB, and Sigi, Central Sulawesi. The donations were channelled through Habitat Indonesia to build temporary shelters for the natural disaster victims.

GUSLING WASTE BANK

Since 2016, Allianz Indonesia, in collaboration with the community of Guntur sub-district, South Jakarta, have operated a waste management system through a waste bank programme. It aims to help the people of Guntur sub-district in reducing waste build-up and creating a cleaner environment so that people can live healthier lives.

We have consistently supported the Gusling Waste Bank programme through waste weighing activities at the Allianz Tower since 2018. All employees and agents working in the Allianz Indonesia head office can take part in this activity.

During 2019, as many as 29 volunteers took part in this programme and the total of waste deposited by the customers in 2019 was 7,989 kg.



BANK SAMPAH GUSLING
GUSLING WASTE BANK



FESTIVAL CSR
CSR FESTIVAL

FESTIVAL CSR untuk Karyawan & Masyarakat Sekitar

Yayasan Allianz Peduli untuk pertama kalinya menggelar CSR Festival selama dua hari berturut-turut pada tanggal 14-15 Maret 2019, di Kantor Kelurahan Guntur dan Allianz Tower Kuningan, Jakarta Selatan. Festival ini diadakan untuk menambah pengetahuan baik bagi karyawan Allianz Indonesia maupun masyarakat sekitar Kantor Pusat Allianz Indonesia, khususnya warga Kelurahan Guntur - Kecamatan Setiabudi, Jakarta Selatan mengenai berbagai program dan kegiatan CSR yang dilakukan oleh Allianz Indonesia.

ACTIONS

Komunitas Sosial Allianz untuk Lingkungan dan Masyarakat, atau yang lebih dikenal dengan nama Allianz Social Community for Neighbourhood and Society (ACTIONS) dirintis untuk memperkuat sinergi antara Perusahaan, mitra (agen), dan masyarakat. Seluruh karyawan dan tenaga pemasar dapat turut serta mengambil bagian dalam aktivitas yang diselenggarakan oleh "ACTIONS". Pada tahun 2019, ada dua kegiatan yang diselenggarakan yaitu kunjungan ke Yayasan Bhakti Luhur pada bulan Januari dan Panti Jompo Berkas Kasih Immanuel pada bulan Desember.

CSR Festival for Employees & Surrounding Communities

The Allianz Peduli Foundation held a CSR Festival for the first time, over two consecutive days on 14-15 March 2019, at the Guntur urban village office, South Jakarta and Allianz Tower Kuningan, South Jakarta. The festival was held to increase knowledge for both Allianz Indonesia employees and the community around Allianz Indonesia's head office, particularly residents of Guntur and Setiabudi sub-district, regarding various CSR programmes and activities carried out by Allianz Indonesia.

ACTIONS

The Allianz Social Community for Neighbourhood and Society (Actions) was initiated to strengthen the synergy among Allianz, its partners (agents) and communities. All employees and agents can take part in activities organised by "Actions." In 2019, there were two activities held, namely a visit to Bhakti Luhur Foundation in January and Berkas Kasih Immanuel Nursing Home in December.



Head Office

Jl. HR. Rasuna Said
Kawasan Kuningan Persada Super Blok 2
Jakarta 12980

P. +6221 - 2926 8888
F. +6221 12926 8080
E. contactus@allianz.co.id



ALLIANZ Care
1500 136

ALLIANZ Care Sharia
1500 139