



Hadiahkan Cinta

Melindungi setiap momen
dalam hidup

Laporan
Keberlanjutan
2021

Dedikasi dalam Membangun Nilai Hidup Masyarakat



Pada tahun 2021 kemarin, Hanwha Life Indonesia memasuki tahun ke-8 dalam bisnis usaha Asuransi Jiwa di Indonesia. Melalui komitmen tanpa henti untuk membangun Indonesia secara finansial dengan meningkatkan budaya literasi dan inklusi keuangan yang kuat, Hanwha Life hadir untuk seluruh masyarakat Indonesia.

Mengusung semangat dan nilai-nilai perusahaan yakni Challenge, Dedication dan Integrity, Hanwha Life Indonesia terus berusaha untuk tumbuh membuat produk Asuransi yang dapat dijangkau oleh masyarakat luas.

Selain itu dalam aspek kegiatan sosial, Hanwha Life juga berfokus untuk membangun nilai setiap individu, mulai dari karyawan, pelanggan, rekan bisnis serta masyarakat umum melalui kegiatan Corporate Social Responsibility (CSR).

A. Strategi Keberlanjutan

PT Hanwha Life Insurance Indonesia (“Perusahaan”) menyadari pentingnya pengelolaan keberlanjutan dimana aspek ekonomi, sosial dan lingkungan dapat berjalan dengan selaras. Sehubungan dengan hal tersebut, Perusahaan telah menyusun Rencana Aksi Keuangan Berkelanjutan (RAKB) Tahun 2021, namun dengan masih adanya pandemic COVID-19 yang terjadi terdapat beberapa tantangan dan kendala pada saat pelaksanaannya.



Setelah membangun tiga (3) Ruang Publik Terpadu Ramah Anak (RPTRA) pada periode 2017-2020, Hanwha Life Indonesia berhasil membangun satu (1) lokasi RPTRA di daerah Klender - Jakarta Timur dan satu (1) lokasi Pusat Pelayanan Keluarga (PUSPA) Digital Family Center di Jakarta Pusat yang masih dalam proses pembangunan, sehingga total yang sudah dibangun menjadi empat (4) RPTRA dan satu (1) PUSPA di daerah Jakarta. Sebagai bentuk rasa tanggung jawab akan perkembangan anak-anak, Perusahaan terus fokus untuk menambah lebih banyak area bermain di luar rumah maupun fasilitas ramah anak untuk dapat mengembangkan rasa sosial serta meningkatkan edukasi non-formal di tengah masyarakat.

Melalui PUSPA, Perusahaan berharap dapat mewujudkan komitmen di tahun 2021 untuk menghadirkan fasilitas yang bukan hanya berfokus pada anak, namun berfokus terhadap peningkatan literasi baik secara finansial maupun non finansial kepada para orang tua. Seperti pengetahuan tambahan tentang pola asuh anak, kiat mengatur keuangan sehingga di harapkan dapat membantu mereka dalam mempersiapkan kebutuhan maupun masa depan anak.



Sesuai dengan misi utamanya, Perusahaan selalu berusaha untuk menyediakan produk, layanan dan budaya yang baik bagi nasabahnya. Dan sebagai imbal baliknya, Perusahaan akan memberikan kontribusi ke masyarakat. Untuk mengimplementasikan imbal balik kepada masyarakat, Perusahaan menyiapkan beberapa program yang telah dijalankan sebelumnya maupun rencana baru.

Untuk periode menengah (sampai dengan 3 tahun) Perusahaan memfokuskan kontribusi bagi anak-anak melalui Program Hanwha Buddy. Dan untuk periode panjang (sampai dengan 5 tahun) Perusahaan berencana untuk memperluas kontribusinya bagi masyarakat dengan memberikan perhatian kepada Para Lanjut Usia (Manula).

B. Ikhtisar Aspek Berkelanjutan

Aspek Ekonomi :

Keterangan	Akhir Tahun			
	2018	2019	2020	2021
Pendapatan Premi (IDR Miliar)	86,6	78,6	72,4	103,9
Laba Bersih (IDR Miliar)	(2,5)	28,3	34,2	27,3
Jumlah Polis Aktif	2.804	4.016	4.642	5.511
a. Perorangan / Individual	2.653	3.868	4.520	5.413
b. Kumpulan / Group	151	148	122	98
Jumlah Tertanggung	86.268	53.957	34.431	20.761
a. Perorangan / Individual	2.653	3.868	4.520	5.413
b. Kumpulan / Group	83.615	50.089	29.911	15.341
Jumlah Agen Berlisensi	1.371	2.052	2.259	2.259

Aspek Lingkungan Hidup :

Keterangan	2018	2019	2020	2021
Penggunaan Energi Listrik dan Air	1.116.513.954	992.466.587	906.091.616	937.757.174
Listrik	1.004.862.559	893.219.928	815.482.454	843.981.457
Air	111.651.395	99.246.659	90.609.162	937.757.717
Harga listrik PLN (estimasi rata-rata)	1.300	1.300	1.300	1.300
Konsumsi KWH/Tahun	618.377	549.674	501.835	519.373

Aspek Sosial :

Tahun	Proyek	Rincian Kegiatan
2018	Tidak ada	-
2019	1. Teman Mudik Hanwha	Kegiatan ini dilakukan sebagai bagian dari kegiatan literasi Asuransi kepada masyarakat Indonesia. Kegiatan ini dilakukan melalui pemberian Asuransi Jiwa selama perjalanan mudik tahun 2019 yang diberikan secara gratis kepada 932 orang yang dilakukan di area Jabodetabek, Semarang, dan Medan.

Tahun	Proyek	Rincian Kegiatan
2019	2. Hanwha Buddy	Hanwha Buddy yang merupakan komunitas peduli sosial yang beranggotakan karyawan perusahaan, melakukan 2x kegiatan perawatan area RPTRA Jaka Teratai yang telah berdiri pada tahun 2017 yang lalu. Kegiatan ini adalah bentuk aksi kelanjutan dari perusahaan untuk terus merawat dan menjalin hubungan dengan masyarakat sekitar RPTRA.
2020	1. RPTRA Anggrek Rawasari	Keberlanjutan aksi sosial perusahaan terhadap keluarga dan anak-anak dibuktikan melalui pembangunan proyek ke-2 RPTRA di area Jakarta Pusat. Penunjukan lokasi dilatar belakangi oleh area sekitar RPTRA yang merupakan area tinggal dan sekolah yang tidak memiliki tempat yang layak untuk anak-anak berkegiatan terutama sesuai sekolah. Area yang sebelumnya merupakan tempat pembuangan sampah, kini diubah menjadi area bermain ramah anak. Area yang sudah disiapkan sejak akhir 2019, akhirnya secara resmi selesai pembangunannya pada Juli 2020.
	2. Donasi Hanwha Buddy	Keberlanjutan aksi sosial perusahaan terhadap keluarga dan anak-anak dibuktikan melalui pembangunan proyek ke-2 RPTRA di area Jakarta Pusat. Penunjukan lokasi dilatar belakangi oleh area sekitar RPTRA yang merupakan area tinggal dan sekolah yang tidak memiliki tempat yang layak untuk anak-anak berkegiatan terutama sesuai sekolah. Area yang sebelumnya merupakan tempat pembuangan sampah, kini diubah menjadi area bermain ramah anak. Area yang sudah disiapkan sejak akhir 2019, akhirnya secara resmi selesai pembangunannya pada Juli 2020.
	3. RPTRA Kayumas	Meneruskan proyek RPTRA yang sudah berjalan sebelumnya, perusahaan terus berusaha untuk dapat memenuhi kesejahteraan masyarakat khususnya bagi anak dan keluarga. Maka dari itu, melalui proyek RPTRA Kayumas yang sudah direncanakan juga sejak 2019, berhasil untuk dilakukan pada semester kedua tahun 2020 dan selesai pembangunannya pada Desember 2020.
2021	1. RPTRA VLABOEAN, Klender	Komitmen perusahaan untuk terus memberikan dukungan kepada pemerintah terutama masyarakat dalam meningkatkan kualitas hidup melalui tanggung jawab social CSR terus berlanjut di 2021. Ditunjukkan dengan pembangunan RPTRA ke 4 yang berlokasi di Klender, Jakarta Timur, Ground breaking telah dilakukan pada Juni 2021 lalu, dan peresmian dilakukan pada tanggal 2 Desember 2021. Berfokus untuk meningkatkan pemberdayaan di tengah masyarakat melalui kegiatan kreativitas dan produktivitas, pembangunan RTRA di atas lahan seluas 1,011 meter persegi ini akan di lengkapi dengan ruang perpustakaan, ruang serbaguna, ruang laktasi, PKK Mart dan playground.

Tahun	Proyek	Rincian Kegiatan
2021	2. PUSPA, Jakarta	Memberikan arti lebih dengan cinta dan dukungan yang berkelanjutan, di tahun yang sama Hanwha Life Indonesia bekerjasama dengan Dinas PPAPP DKI Jakarta membangun fasilitas Pusat Pelayanan keluarga (PUSPA) yang selesai dibangun dan diharapkan dapat beroperasi penuh di tahun 2022.

Berdasarkan hasil Survei Hanwha Life bersama Wahana Visi Indonesia yang dilakukan pada sekitar 50 responden orang tua dan 200 anak usia 6-18 tahun di Kawasan Jatinegara, diperoleh data bahwa masyarakat merasakan manfaat dengan adanya ruang terbuka sebagai sarana membangun hubungan antara orang tua dan anak. Berikut sajian data secara detail:

1. 9 dari 10 anak memiliki kegiatan positif pada waktu luang.
2. 69% anak memiliki hubungan yang kuat dengan orang tua, atau meningkat 20%.
3. 98% anak merasakan dukungan dari orang tua dan lingkungan, atau meningkat 11%.
4. 22% orang tua tidak lagi membentak anak.
5. 17% orang tua tidak lagi menggunakan kekerasan terhadap anak.



C. Sekilas tentang Hanwha Life

2013

Mengakuisisi PT Multicor Life Insurance dalam rangka memulai bisnis di Indonesia dan menjadikan namanya sebagai PT Hanwha Life Insurance Indonesia, yang beroperasi secara resmi pada tanggal 24 Oktober 2013.

Acquired PT Multicor Life Insurance to accommodate our business in Indonesia and change its name to PT Hanwha Life Insurance Indonesia, Which officially operational on 24 October 2013.

2012

Korea Life mengubah nama menjadi Hanwha Life Insurance pada tanggal 9 Oktober 2012 dengan visi "Global Insurance, Growing Together With Customers".

On 9 October 2012, Korea Life Changed the name into Hanwha Life Insurance with vision of "A Global Insurance Company, Growing Together With Customers".

2003

Hanwha Life memasuki pasar global di London, Tokyo, Vietnam, China and Indonesia.

Hanwha Life entered the global market in London, Tokyo, Vietnam, China and Indonesia.

2002

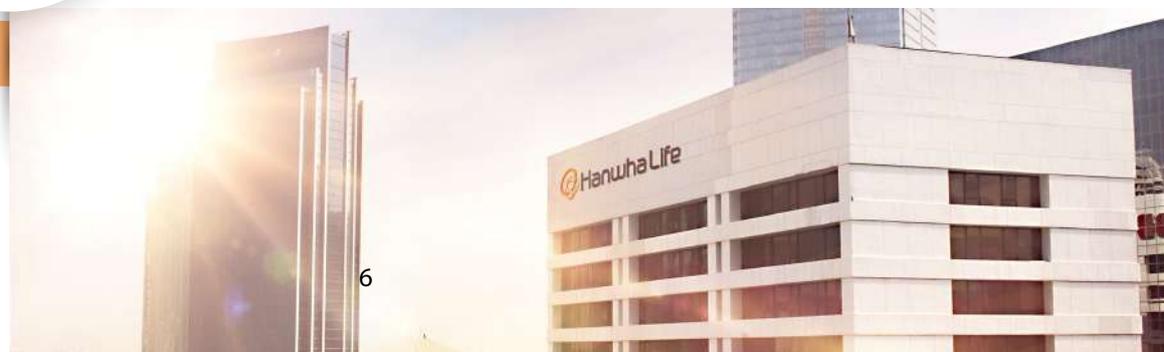
Korea Life bergabung dengan Hanwha Group pada 12 Desember 2002.

Korea Life joins with Hanwha Group on December 12th 2002.

1946

Korea Life yang merupakan Perusahaan Asuransi pertama di Korea Selatan terbentuk di tanggal 9 September 1946.

Korea Life was established as the first life insurance company in South Korea on September 9th 1946.





Visi Keberlanjutan

Menjadi Perusahaan dengan reputasi tinggi yang tumbuh bersama-sama dengan para pemangku kepentingan (stake holder) dan selalu menjaga keselarasan aspek ekonomi, sosial dan lingkungan hidup.

Filosofi

• KEPERCAYAAN

Keyakinan yang tercipta dari janji yang dipenuhi

• KESETIAAN

Menghargai setiap hubungan yang ada dan bersedia untuk memenuhi setiap tanggung jawab yang muncul

Misi Keberlanjutan

- Menyediakan produk, layanan dan budaya yang lebih baik dari hari ke hari
- Melayani dengan segenap pikiran, hati dan kekuatan
- Menjadi 'Life Pluser' yang menambah kebahagiaan dalam hidup nasabah, rekan bisnis dan karyawan

Nilai - Nilai Perusahaan

• CHALLENGE

Mengejar keunggulan dengan terus berinovasi dan tidak cepat berpuas diri

• DEDICATION

Menjaga hubungan dengan rekan kerja, Perusahaan dan pelanggan serta berkomitmen untuk mencapai tujuan yang lebih besar

• INTEGRITY

Patuh terhadap ketentuan yang ada, tidak memihak dan bangga Ketika melakukannya

Profil Hanwha Life Indonesia

Nama : PT Hanwha Life Insurance Indonesia
 Bidang Usaha : Asuransi Jiwa
 Tanggal berdiri usaha : 24 Oktober 2013
 Izin Usaha : KEP-603/KMK.017/1995
 Alamat : World Trade Center Tower 1 Lt. 12

Jl. Jend. Sudirman Kav. 29, Jakarta 12920
 P. +62 21 5081 6100
 Website: www.hanwhalife.co.id

Kantor Pemasaran | Sales Office

JAKARTA PREMIER

WTC 1 12th Floor Jl. Jend. Sudirman
 Kav. 29, Jakarta 12920
 Tel : 021 - 508 16100 I Ext. 5213
 Fax : 021 - 508 16111

JAKARTA

Pemata Kuningan Building Ground Floor
 Jl. Kuningan Mulya Kav. 9 C, Jakarta 12980
 Tel : 021 - 837 80882
 Fax : 021 - 837 80883

BEKASI

Komp. Graha Boulevard Commercial Blok GB-B016
 Jl. Boulevard Ahmad Yani Summarecon,
 Bekasi 17143
 Tel : 021 - 285 19791
 Fax : 021 - 285 19792

SURABAYA

Gedung Graha Pacific, 8th Floor
 Jl. Basuki Rahmat No. 87-91, Surabaya 60271
 Tel : 031 - 992 99957
 Fax : 031 - 992 54499

BOGOR

Jl. Pajajaran No. 84 Ruko J
 Kel. Baranangsiang, Kec. Bogor Timur, Bogor 16143
 Tel : 0251 - 755 9118
 Fax : 0251 - 788 9119

SEMARANG

Jl. Indraprasta No. 132, Pindrikan Kidul,
 Semarang Tengah, Semarang 50131
 Tel : 024 - 864 05946
 Tel : 024 - 860 41992
 Fax : 024 - 864 05371

BALI

Pertokoan Griya Akamanda, 2nd Floor
 Jl. Cok Agung Tresna No. 9 Dauh Puri Klod
 Denpasar, Bali 80231
 Tel : +62 361 478 6585

BANDUNG

Wisma Bumiputera
 2nd Floor Suite #201
 Jl. Asia Afrika No. 141-149, Bandung 401112
 Tel : 022 - 426 7109
 Fax : 022 - 426 7129

BATAM

Komplek Ruko Gold Hill Blok A No. 3
 Jl. Laksamana Bintan, Sei Panas
 Ke. Batam Kota, Batam
 Kepulauan Riau 29433
 Tel : 061 - 778 464 417

YOGYAKARTA

Jl. AM. Sangaji No. 79,
 Kel. Karangwaru, Kec. Tegalrejo
 Yogyakarta 55241
 Tel : 0274 - 501 6326
 Fax : 0274 - 501 6432

MEDAN

Jl. Pangeran Diponegoro No. 36
 Medan 20152
 Tel : 061 - 456 1158
 Fax : 061 - 456 1148

Kantor Pemasaran Mandiri | General Agency

SEMARANG

Pioneer
 Ruko Thamrin Square Blok A-7
 Jl. MH Thamrin no. 5 Kel. Sekayu
 Kec. Semarang Tengah 50134
 P. (+62) 85712275181

SOLO

Abundance
 Ruko Supomo Blok E JL. Dr. Soepomo No. 25,
 Mangkubumen, Banjarsari, Surakarta 57141
 P. (+62) 271 747 2806
 F. (+62) 271 747 2806

MEDAN

Infinite
 Gedung Graha Harmoni Lantai I
 Jl Gaharu Nomor 2-B Medan
 P. (+62) 61 4141751

JAKARTA

Miracle
 Ruko Golf Lake Venice Blok B No. 21
 Kelurahan Cengkareng Timur
 Kecamatan Cengkareng
 Jakarta Barat
 P. (+62) 21 54317067

SURABAYA

Taeyang
 Puncak CBD - 9J OFT Tower
 Jl. Keramat Kali, Jajar Tunggal, Kec. Wiyung,
 Surabaya

MAKASSAR

Makassar Premier One
 Ruko Metro Square Latimojong Blok G.24
 Kel. Lariangbangi, Kec. Makassar
 Makasar
 Tel : 0411 894 5952

TUBAN

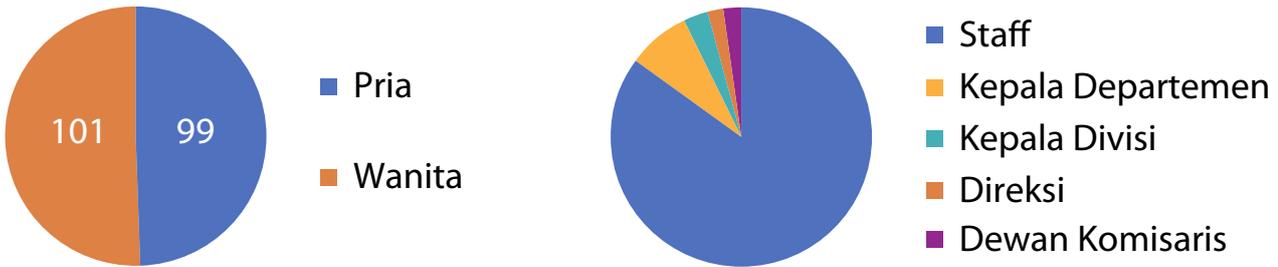
Mercy Nusantara
 Jl. Tembus Ruko Baru Gedongombo
 No. 16 Tuban
 P. (+62) 85648184195

SERPONG

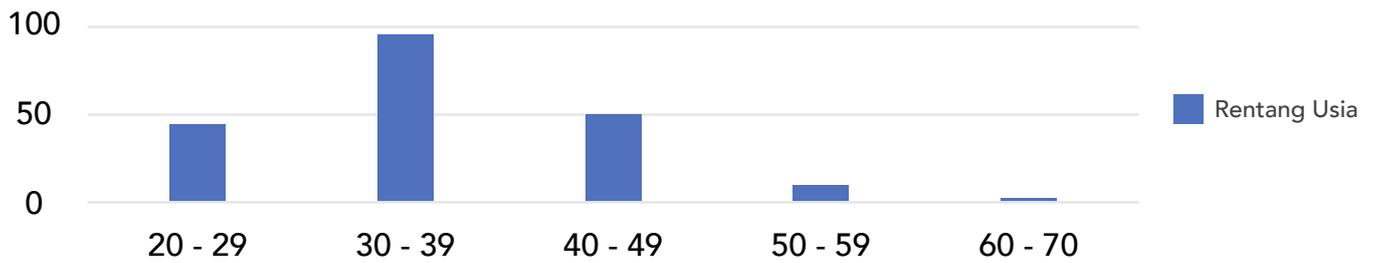
Spirit of Hope
 Ruko North Solvang No. 29 Gading Serpong
 Kel. Kelapa Dua, Kec. Kelapa Dua
 Kab. Tangerang
 P. (+62) 817 834 777

Skala Organisasi

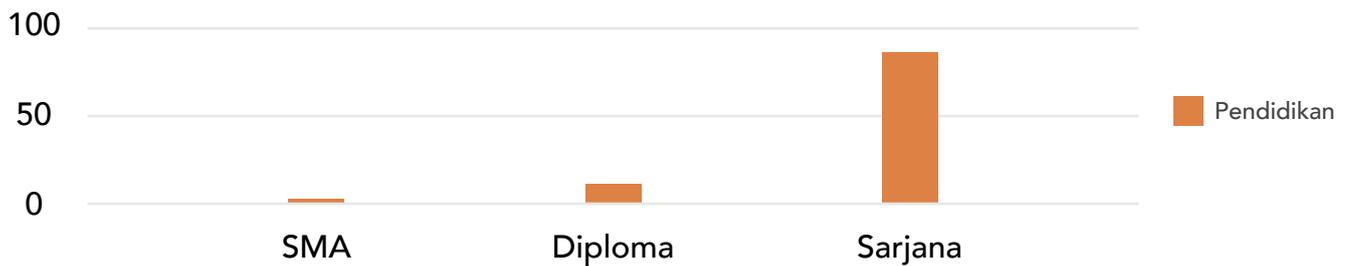
Dalam pelaksanaan kegiatan usaha, Hanwha Life menerapkan kesetaraan dalam pengembangan karir setiap karyawannya. Melalui berbagai kegiatan internal dan eksternal, karyawan juga dilibatkan dalam kegiatan untuk menunjang pengembangan diri.



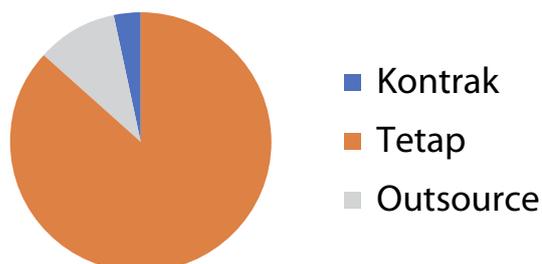
Rentang Usia



Pendidikan



Status Kepegawaian



Produk Hanwha Life Indonesia

Hanwha Life Indonesia memiliki berbagai jenis produk Asuransi jiwa dengan manfaat beragam yang meliputi produk Asuransi jiwa dengan unit link, Asuransi Whole Life dan Asuransi Jiwa Berjangka. Dengan penjualan melalui 4 channel distribusi yang ada, Hanwha Life Indonesia melayani penjualan melalui Tenaga Pemasar (Agency), Bancassurance, Group dan Digital.

No	Jalur Distribusi	Produk dan Layanan
1	Tenaga Pemasar	<ul style="list-style-type: none"> • Hanwha Link Single • Hanwha Max Protection Link • Hanwha Smart Invest Link • Hanwha Preferred Link • Hanwha WIZER • Hanwha Golden Life Plan A • Hanwha Golden Life Plan B • Hanwha Saving Protection • Hanwha Future Protection • Hanwha Kids Plan • Hanwha Education • Hanwha Premier Health Care • Hanwha Smart CI Plus
2	Bancassurance	<ul style="list-style-type: none"> • Healthy Plus • Sejahtera Maxima Link • Hanwha Platinum Life Plan A • Hanwha Platinum Life Plan B
3	Group	<ul style="list-style-type: none"> • Hanwha Medi Smart • Asuransi Jangka Warsa • Asuransi Jangka Warsa Menurun • Asuransi Jangka Warsa – Natural Death • Asuransi Jangka Warsa Menurn – Natural Death • Asuransi Jiwa Kumpulan • Asuransi Kecelakaan Diri
4	Digital	<ul style="list-style-type: none"> • Asuransi Hanwha Bucket List Plan

Total Aset dan Kewajiban PT Hanwha Life Insurance Indonesia

Keterangan	2018	2019	2020	2021
Total Aset	2.041.539,07	2.042.482,18	2.116.121,18	2.059.786,50
Total Kewajiban	220.033,35	192.662,43	232.182,44	170.575,03
Total Ekuitas	1.821.505,82	1.849.812,75	1.888.992,74	1.889.211,46

Data dalam jutaan rupiah

Keanggotaan Pada Asosiasi

PT Hanwha Life Insurance Indonesia belum terlibat dalam asosiasi apapun yang berkaitan dengan keuangan berkelanjutan.

D. Penjelasan Direksi

Seiring dengan kesadaran perusahaan mengenai keseimbangan dalam pemenuhan strategi keberlanjutan, terdapat 3 hal utama yakni manusia, lingkungan dan juga bisnis (People, Planet and Profit). Dalam usaha meningkatkan kualitas hidup individu, Perusahaan berusaha untuk menunjukkan dukungannya secara nyata.

Hanwha Life Indonesia melihat pentingnya peran keluarga dalam perkembangan setiap individu yang dimulai dari anak-anak yaitu perkembangan secara motorik maupun bahasa. Sejalan dengan hal tersebut, proyek Ruang Publik Terbuka Ramah Anak (RPTRA) yang diinisiasi Bersama pemerintah DKI Jakarta yang dibantu oleh Dinas PPAPP DKI Jakarta dan Organisasi non-profit Wahana Visi Indonesia, telah berhasil membangun tambahan 1 lokasi RPTRA selama tahun 2021 dan 1 PUSPA yang masih dalam proses pembangunan dan diharapkan dapat beroperasi di 2022.

Setelah RPTRA Jakarta Teratai, RPTRA Anggrek Rawasari, dan RPTRA Kayumas, Hanwha Life berhasil membangun RPTRA VLABOEAN di Jakarta Timur dan 1 PUSPA di Kantor Dinas PPAPP Cempaka Putih, Jakarta Pusat yang masih dalam tahap penyelesaian.

Dalam kegiatan pembangunan RPTRA ini perusahaan mempersiapkan sumber daya pendanaan untuk perawatan dan kegiatan berkelanjutan setelah lokasi RPTRA dapat dibuka kembali ke publik. Dalam proses berkelanjutannya, evaluasi akan terus dilakukan secara bertahap melalui beberapa kegiatan virtual maupun komunikasi bersama para pemangku kepentingan dalam pembangunan RPTRA ini.

Sebagai salah satu dukungan yang juga diberikan oleh perusahaan pada masyarakat sekitar RPTRA di masa pandemi yang lalu. Perusahaan memberikan alat perlindungan Kesehatan dan juga bantuan sosial berupa sembako kepada masyarakat yang sekitar RPTRA Anggrek Rawasari dan juga RPTRA Jaka Teratai yang dibangun oleh Hanwha Life Indonesia pada tahun 2018 yang lalu.

E. Tata Kelola Berkelanjutan

Uraian mengenai tugas bagi Direksi dan Dewan Komisaris, pegawai, pejabat dan/atau unit kerja yang menjadi penanggung jawab penerapan Keuangan Berkelanjutan.

1. Direksi

Direksi adalah organ Perusahaan yang bertanggung jawab atas pengelolaan Perusahaan untuk kepentingan Perusahaan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, termasuk prinsip tata kelola perusahaan yang baik, penerapan manajemen risiko, maksud dan tujuan Perusahaan, serta mewakili Perusahaan, baik di dalam maupun di luar pengadilan, sesuai dengan ketentuan anggaran dasar.

Sehubungan dengan penerapan Keuangan Berkelanjutan, Direksi bertugas dan bertanggungjawab memimpin penyusunan RAKB serta memantau kinerja keberlanjutan secara keseluruhan.

2. Dewan Komisaris

Dewan Komisaris adalah organ Perusahaan yang bertugas melakukan pengawasan serta memberikan nasihat kepada Direksi, sesuai dengan anggaran dasar Perusahaan yang berlaku, peraturan perundang-undangan, termasuk prinsip-prinsip tata kelola perusahaan yang baik, penerapan manajemen risiko, dan kepentingan Perusahaan, sesuai dengan maksud dan tujuan Perusahaan.

Sehubungan dengan penerapan Keuangan Berkelanjutan, Dewan Komisaris bertugas dan bertanggungjawab untuk meninjau, memberikan nasihat kepada Direksi mengenai penyusunan RAKB serta memberikan persetujuan atas RAKB Perusahaan.

3. Penanggung jawab penerapan Keuangan Berkelanjutan

Dalam mewujudkan penerapan Keuangan Berkelanjutan, Perusahaan telah menunjuk Departemen Marketing Planning untuk mengkoordinasikan dan melaksanakan kegiatan rencana aksi keuangan berkelanjutan dengan bekerjasama dengan seluruh fungsi yang ada di Perusahaan.

Secara keseluruhan, aksi keuangan berkelanjutan dikelola oleh Chief Marketing dan Strategy Officer dan Marketing Planning sebagai penanggungjawab pelaksanaan program.

Pengembangan Kompetensi Penerapan Keuangan Berkelanjutan

Untuk mendukung pelaksanaan Keuangan Berkelanjutan, Perusahaan selalu memfasilitasi pengembangan kompetensi bagi Direksi, Dewan Komisaris, dan penanggung jawab penerapan Keuangan Berkelanjutan.

Direksi, Dewan Komisaris dan penanggung jawab penerapan Keuangan Berkelanjutan sudah menyelesaikan pelatihan/sertifikasi kompetensi yang dipersyaratkan sesuai ketentuan yang berlaku. Hal ini tentunya akan mendukung peran Direksi, Dewan Komisaris dan/atau penanggung jawab penerapan Keuangan Berkelanjutan.

Pengembangan kompetensi juga senantiasa dilakukan oleh Perusahaan melalui program pelatihan secara berkelanjutan untuk mendukung aktivitas Perusahaan dari waktu ke waktu.

No	Nama Pelatihan	Penyelenggara
1	Telemedicine Good Doctor & Health Talk	Good Doctor-Grab Health
2	Interpretasi Hasil Covid-19 dan Kembali Bekerja di Saat Pandemi	Lab Klinik Cito
3	Mengenal Vaksin Covid-19	Ciputra Hospital
4	Induction Program Batch 1 - 2021	HRD
5	Pentingnya Gizi Seimbang Guna Menjaga Imunitas di Masa Pandemi	Primaya Hospital
6	How to Transform People in The New Challenging Era	Talkinc
7	Sertifikasi HR	AAJI
8	Webinar Integration Risk Management and Compliance	GRC Management
9	PPL Online dengan tema Workshop PSAK 74 : Kontrak Asuransi	Ikatan Akuntan Indonesia (IAI)
10	SE AAJI-047 Expatriates/Executives Development Program Webinar Series	AAJI
11	CRGP e-training Refreshment	LSPMR (GRC Management)
12	Retaining Top Talent	Ruang Guru
13	Effective Leadership through Effective Communication	HRD dan LPA
14	Webinar Driving Effective Risk Management : From Strategy to Process	GRC Management
15	Tips Menjaga Kesehatan Mata di Era Digital	Siloam Hospital Balikpapan
16	Webinar Claims Risk Management Bad Faith Claim, Customer Protection, Litigation and Reputation Risk	Itikad Academy
17	Effective Business Impact Analysis	IRMAPA
18	Establishment of Business Recovery Strategy	IRMAPA
19	Applicative Procedure for Business Contingency	IRMAPA
20	Resilience Testing and Evaluation on Effectivity of Business Continuity Management System	IRMAPA
21	Peran CGC dalam Mendukung Penetrasi Pasar Asuransi Jiwa	AAJI
22	Sosialisasi Asuransi Kesehatan Karyawan Hanwha Life	HRD & Group Health
23	Pola Hidup Sehat Mencegah Diabetes Militus	HRD
24	Leader in Me, Make It Happen!	HRD dan LPA

No	Nama Pelatihan	Penyelenggara
28	Dialog Kebijakan Koordinasi Antar Penyelenggara Jaminan dalam Penyediaan Layanan Kesehatan	AAJI
29	Kelas Pelatihan Menulis Online	AAJI
30	Kelas Pelatihan Menulis Online	AAJI
31	Buku Cetak Biru Pengembangan Sumber Daya Manusia Sektor Jasa Keuangan 2021 - 2025	AAJI
32	Webiner Achieving a Powerful Growth Mindset	AAJI
33	Menjaga Hati yang Gembira di Tengah Pandemi	OJK
34	Pelatihan Menulis Online	AAJI
35	The Post - Pandemic Actuarial World Joint Regional Smeinar 2021	PAI
36	Webinar Muda Mandiri Siap Bertransformasi	AAJI
37	Webinar Masa Depan Bank Digital di Indonesia	OJK
38	Webinar OJK "Peluang, Tantangan, dan Peran OJK dalam Penerapan Teknologi Informasi di Industri Keuangan Nonbank	OJK
39	Webinar PERUJI : Langkah Mitigasi Menghadapi Tuntutan Nasabah	PERUJI
40	Compliance Management Fundamentals with CCP Certification	CRMS Indonesia
41	DRiM 2021 : Waves of Change : Entering New Dynamics Of Life Insurance	AAJI
42	HR in 2022 : Reinventing Employee Benefit Strategy	Talenta
43	OIRC+ (<i>Online Regular Insurance Course</i>) 1002: <i>True Principles of Insurance</i>	Itikad Academy
44	Teknik Penyusunan Legal Opinion Secara Komprehensif dalam Berbagai Permasalahan Hukum	Zona Hukum
45	Leadership Sharing Session: Pengembangan SDM di Era Digital	OJK
46	Kesiapan SDM SJK Menyongsong Tahun 2022	OJK
47	Webinar Menuju Standarisasi Penerapan Governansi melalui ISO 37000:2021-Governance of Organizations	CRMS Indonesia

Perusahaan juga telah menerapkan kewajiban sertifikasi manajemen risiko bagi Dewan Komisaris, Direksi dan seluruh pejabat yang berada setingkat dibawah Direksi mulai tahun 2020 sebagaimana dipersyaratkan pada Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 67/POJK.05/2016 tentang Perizinan Usaha Dan Kelembagaan Perusahaan Asuransi, Perusahaan Asuransi Syariah, Perusahaan Reasuransi, Dan Perusahaan Reasuransi Syariah, pada pasal 49.

No	Jenis Pelatihan Bersertifikasi	Jumlah Kegiatan
1	Sertifikasi HR (BNSP)	4
2	CRGP	2

Manajemen Risiko Dalam Penerapan Keuangan Berkelanjutan Terkait Aspek Ekonomi, Sosial, Dan Lingkungan Hidup

Perusahaan menyadari pentingnya manajemen risiko yang efektif. Oleh karena itu, Perusahaan mempunyai kerangka dalam penerapan manajemen risiko yaitu:

1. Pengawasan aktif Direksi dan Dewan Komisaris
2. Kecukupan kebijakan, prosedur, dan penetapan limit
3. Kecukupan proses identifikasi, pengukuran, pemantauan, dan pengendalian risiko dan sistem informasi manajemen risiko
4. Sistem pengendalian intern

Dalam rangka mendukung penerapan manajemen risiko, Perusahaan melakukan Pengawasan aktif Direksi dan Dewan Komisaris.



Direksi dan Dewan Komisaris bertanggung jawab dalam:

- Memahami risiko yang dihadapi oleh Perusahaan sebagai sebuah entitas bisnis;
- Memberikan arahan yang jelas;
- Melakukan pengawasan dan mitigasi risiko secara aktif;
- Mengembangkan budaya manajemen risiko di Perusahaan;
- Memastikan struktur organisasi yang memadai;
- Menetapkan tugas dan tanggung jawab yang jelas pada masing-masing unit kerja; dan
- Memastikan kecukupan kuantitas dan kualitas sumber daya manusia untuk mendukung penerapan manajemen risiko secara efektif.
- Memastikan struktur organisasi yang memadai untuk mendukung penerapan Manajemen Risiko yang efektif.

Selain penerapan terhadap kerangka Manajemen Risiko tersebut, Perusahaan telah mengintegrasikan aspek sosial dan lingkungan hidup dalam manajemen risiko aktivitas operasional perusahaan.

Pemangku kepentingan dalam Penerapan Keuangan Berkelanjutan

Dalam penerapan Keuangan Berkelanjutan, Perusahaan melakukan konsultasi dan dialog dengan berbagai pemangku kepentingan yang berperan penting dalam mendukung prinsip Keuangan Berkelanjutan. Selain itu, Perusahaan pun memberikan kesempatan kepada seluruh pemangku kepentingan untuk memberikan masukan dan menyampaikan pendapat bagi Perusahaan dalam menerapkan Keuangan Berkelanjutan.

Perusahaan menerapkan prinsip keterbukaan dalam proses pengambilan keputusan dan keterbukaan dalam pengungkapan dan penyediaan informasi yang relevan mengenai Perusahaan, yang mudah diakses oleh Pemangku Kepentingan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang perasuransian serta standar, prinsip, dan praktik penyelenggaraan Usaha Perasuransian yang sehat. Selain itu, Perusahaan juga menjunjung tinggi prinsip kesetaraan dan kewajaran (fairness) dalam memenuhi hak-hak Pemangku Kepentingan yang timbul.

Perusahaan tidak memiliki kendala dalam menerapkan proses konsultasi dan dialog dengan pemangku kepentingan di tahun 2021.

F. Kinerja Perusahaan

1. Kegiatan membangun budaya keberlanjutan di internal LJK

Hanwha Life secara terus menerus membangun budaya keberlanjutan bukan hanya kepada masyarakat luas sebagai Eksternal namun juga terhadap Karyawan sebagai pihak Internal dengan melibatkan mereka dalam sosialisasi program-program yang telah direncanakan dan mengajak untuk turun langsung kedepannya dalam berinteraksi dan bersosialisasi melalui program Literasi dan Inklusi Keuangan. Di tahun mendatang Hanwha Life bukan hanya akan membangun fasilitas namun mendukung program Lembaga OJK dalam memperluas penetrasi asuransi melalui rangkaian kegiatan yang edukatif seperti penyediaan materi Literasi dan Inklusi Keuangan dalam bentuk digital.

2. Kinerja Ekonomi

Masih diliputi wabah Covid19, meskipun pencapaian bisnis Perusahaan selama tahun 2021 tidak memenuhi target tahunan, tetap menunjukkan hasil yang positif. Pencapaian Annualized Premium Equivalent (APE) dari seluruh distribusi penjualan tahun 2021 meningkat 40% dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Sebagai pilar utama penjualan, APE lini bisnis keagenan meningkat 45% di tahun 2021 dengan jumlah Rp 61,2 miliar. Sementara dari lini Kesehatan kumpulan, APE meningkat 58% di tahun 2021 dengan jumlah Rp 2,1 miliar.

Berikut adalah data kinerja Perusahaan dalam kurun waktu 2018-2021

No	Keterangan	2018	2019	2020	2021*
1	Premi Bruto	156,1	78,6	72,4	103,9
2	Premi Reasuransi	32,9	10,0	8,0	3,2
3	Turun (Naik) CAPYBMP	4,1	(5,1)	5,9	(4,0)
4	Jumlah Pendapatan Premi Neto	127,4	63,5	70,1	96,8
5	Hasil Investasi	118,8	123,9	126,4	121,4
6	lain-lain	1,3	2,0	4,6	6,4
7	Jumlah Pendapatan	247,5	189,5	201,1	224,6
8	Beban Klaim	72,9	17,8	32,4	28,2
9	Beban Akuisisi	90,0	26,9	37,5	59,8
10	Beban Pemasaran	8,9	6,6	4,1	3,7
11	Beban Operasional	129,4	110,0	102,1	97,0
12	Jumlah Beban	301,3	161,3	176,1	188,6
13	Naik (Turun) Nilai Aset	4,4	11,0	7,3	5,7
14	Laba (Rugi) Sebelum / Setelah Pajak	(58,2)	17,1	17,6	30,4
15	Pendapatan Komprehensif Lain	1,2	11,2	16,1	(3,0)
16	Jumlah Laba (Rugi) Komprehensif	(56,9)	28,3	33,7	27,4

Data dalam Miliaran Rupiah

*Data unaudited

Kinerja Sosial

a. Komitmen memberikan pelayanan atas layanan Produk dan Jasa yang setara kepada Konsumen

Hanwha Life berkomitmen untuk selalu memberikan pelayanan atas layanan Produk dan Jasa yang setara kepada Konsumen melalui beragam Informasi melalui hadirnya kantor pemasaran dan kantor pemasaran mandiri yang tersebar di seluruh Indonesia, memberikan pelatihan dan pembekalan kepada tenaga pemasar (Agent Asuransi) yang terdaftar melalui Lembaga sertifikasi, serta update informasi seputar perusahaan melalui channel komunikasi seperti layanan Call Center, Customers Service, Wealth Lounge di Jakarta, Dream Plus Center, Website dan Social Media.

b. Bagian Ketenagakerjaan

Perusahaan berkomitmen untuk selalu menerapkan praktek kesetaraan dalam bekerja, dimana dalam proses perekrutan tidak memandang adanya perbedaan jenis kelamin, suku, ras, budaya dan agama. Perusahaan juga berkomitmen untuk tidak mempekerjakan pekerja dibawah umur sebagaimana telah diatur oleh Undang-undang. Pada tahun 2021, Perusahaan mencatatkan telah memberikan pengupahan yang lebih tinggi 9,5% dari ketentuan yang ditetapkan oleh Pemerintah Daerah.

Untuk menunjang mutu dan kualitas Sumber Daya Manusianya pun, Perusahaan mengadakan program beasiswa Aktuaria yang sudah dimulai sejak tahun 2015. Untuk program beasiswa ini, perusahaan bekerjasama dengan Soongsil University di Korea Selatan untuk program studi aktuarial. Untuk mengikuti program ini, mahasiswa jurusan aktuarial dari Universitas di Indonesia dapat berpartisipasi untuk mengikuti seleksi dokumen dan proses interview di Hanwha Life Indonesia. Setelah tahap awal tersebut, para kandidat melanjutkan proses seleksi melalui tes tertulis sebelum akhirnya mengikuti interview bersama professor dari Soongsil University dan management Hanwha Life. Namun karena masih adanya pembatasan akibat pandemic Covid19, untuk sementara perusahaan tidak mengadakan program beasiswa ini

Tahun	Jumlah
2015	1 Orang
2016	1 Orang
2017	1 Orang
2018	1 Orang
2019	1 Orang
2020	1 Orang
2021	-

Sepanjang tahun 2021 yang dimulai sejak bulan Maret 2020, dikarenakan masih berlangsung pandemi COVID-19, maka perusahaan tetap menerapkan jadwal Kegiatan Bekerja dari Rumah (WFH) dan bekerja dari kantor (WFO) dimana jadwalnya dikoordinasikan dengan Kepala Divisi masing-masing dengan tetap menaati peraturan pemerintah terkait hal ini. Perusahaan juga membagikan masker dan vitamin kepada seluruh karyawan setiap bulannya.

c. Bagian Sosial dan Masyarakat

Sebagai kontribusi kepada masyarakat selama tahun 2018 hingga 2021, Perusahaan telah menjalankan program CSR dengan pembuatan RPTRA dan Hanwha Buddy dengan rincian sebagai berikut:

Tahun	Proyek	Rincian Kegiatan
2018	-	Tidak ada
2019	1. Teman Mudik Hanwha 2. Hanwha Buddy	<p>Kegiatan ini dilakukan sebagai bagian dari kegiatan literasi Asuransi kepada masyarakat Indonesia. Kegiatan ini dilakukan melalui pemberian Asuransi Jiwa selama perjalanan mudik tahun 2019 yang diberikan secara gratis kepada 932 orang yang dilakukan di area Jabodetabek, Semarang dan Medan</p> <p>Hanwha Buddy yang merupakan komunitas peduli sosial yang beranggotakan karyawan perusahaan, melakukan 2x kegiatan perawatan area RPTRA Jaka Teratai yang telah berdiri pada tahun 2017 yang lalu. Kegiatan ini adalah bentuk aksi kelanjutan dari perusahaan untuk terus merawat dan menjalin hubungan dengan masyarakat sekitar RPTRA.</p>
2020	1. RPTRA Anggrek Rawasari 2. Donasi Hanwha Buddy 3. RPTRA Kayumas	<p>Keberlanjutan aksi sosial perusahaan terhadap keluarga dan anak-anak dibuktikan melalui pembangunan proyek ke-2 RPTRA di area Jakarta Pusat. Penunjukan lokasi dilatar belakangi oleh area sekitar RPTRA yang merupakan area tinggal dan sekolah yang tidak memiliki tempat yang layak untuk anak-anak berkegiatan terutama se usai sekolah. Area yang sebelumnya merupakan tempat pembuangan sampah, kini diubah menjadi area bermain ramah anak. Area yang sudah disiapkan sejak akhir 2019, akhirnya secara resmi selesai pembangunannya pada Juli 2020.</p> <p>Kondisi pandemi yang melanda dunia dan menyebabkan banyak masyarakat khususnya di Jakarta yang ikut terdampak secara ekonomi, menjadikan perusahaan merasa wajib untuk turun secara langsung memberikan bantuan kepada masyarakat khususnya yang tinggal di sekitar area RPTRA. Perusahaan memberikan bantuan 500 paket sembako dan juga 1,000 paket sanitasi. Penyaluran bantuan ini juga mendapatkan bantuan dari pihak Dinas PPAPP DKI Jakarta.</p> <p>Meneruskan proyek RPTRA yang sudah berjalan sebelumnya, perusahaan terus berusaha untuk dapat memenuhi kesejahteraan masyarakat khususnya bagi anak dan keluarga. Maka dari itu, melalui proyek RPTRA Kayumas yang sudah direncanakan juga sejak 2019, berhasil untuk dilakukan pada semester kedua tahun 2020 dan selesai pembangunannya pada Desember 2020.</p>

Tahun	Proyek	Rincian Kegiatan
2021	1. RPTRA VLABOEAN, Klender	<p>Komitmen perusahaan untuk terus memberikan dukungan kepada pemerintah terutama masyarakat dalam meningkatkan kualitas hidup melalui tanggung jawab social CSR terus berlanjut di 2021. Ditunjukkan dengan pembangunan RPTRA ke 4 yang berlokasi di Klender, Jakarta Timur, Ground breaking telah dilakukan pada Juni 2021 lalu, dan peresmian dilakukan pada tanggal 2 Desember 2021.</p> <p>Berfokus untuk meningkatkan pemberdayaan di tengah masyarakat melalui kegiatan kreativitas dan produktivitas, pembangunan RTRA di atas lahan seluas 1,011 meter persegi ini akan di lengkapi dengan ruang perpustakaan, ruang serbaguna, ruang laktasi, PKK Mart dan playground.</p>
	2. PUSPA, Jakarta	<p>Memberikan arti lebih dengan cinta dan dukungan yang berkelanjutan, di tahun yang sama Hanwha Life Indonesia bekerjasama dengan Dinas PPAPP DKI Jakarta membangun fasilitas Pusat Pelayanan keluarga (PUSPA) yang selesai dibangun dan diharapkan dapat beroperasi penuh di tahun 2022</p>

Tanggung Jawab Pengembangan Produk dan / atau Jasa Keuangan Berkelanjutan

a. Inovasi dan pengembangan Produk dan/atau Jasa Keuangan Berkelanjutan

Perusahaan meluncurkan 2 produk baru pada tahun 2021, yaitu Hanwha Premiere Health Care (“HPHC”) pada tanggal 6 Juli 2021 dan Hanwha Smart CI Plus (“HSCI”) pada tanggal 6 Desember 2021, dimana jenis produk tersebut sebelumnya berupa produk tambahan (rider) dari produk unit link namun saat ini berupa produk asuransi yang dapat dibeli langsung oleh nasabah (stand-alone product).

Produk ini membuktikan komitmen Perusahaan untuk terus memberikan pelayanan dan produk terbaik bagi seluruh nasabah. Produk HPHC menghadirkan 3 pilihan plan perawatan yang mencakup wilayah perawatan hingga di seluruh dunia, kecuali Amerika Serikat. Sedangkan produk HSCI adalah produk Asuransi yang memberikan manfaat perlindungan terhadap penyakit kritis dan serius hingga 75% Uang Pertanggungan, manfaat meninggal dunia dan manfaat akhir polis.

Hingga akhir 2021, Perusahaan mencatat terdapat 82 nasabah yang memiliki produk HPHC dengan total premi sebesar Rp. 1,154 milyar. Sedangkan produk HSCI telah dimiliki oleh 134 nasabah dengan total premi sebesar Rp.924 juta.

b. Evaluasi Produk Asuransi Tahun 2021

Pada tahun 2021, Perusahaan telah melakukan peninjauan ulang terhadap seluruh materi pemasaran produk Asuransi yang ada. Hal ini dilakukan agar masyarakat dan khususnya kepada calon nasabah yang membaca dan mendapat penawaran produk asuransi Perusahaan dapat memperoleh gambaran yang jelas mengenai spesifikasi produk asuransi yang ditawarkan. Materi pemasaran berupa brosur dan Ringkasan Informasi Produk juga dapat diakses secara daring melalui laman resmi Perusahaan.

 www.hanwhalife.co.id

 [@hanwhalife.id](https://www.facebook.com/hanwhalife.id)

 [@hanwhalife.id](https://www.instagram.com/hanwhalife.id)

 [Hanwha Life Insurance Indonesia](https://www.youtube.com/HanwhaLifeInsuranceIndonesia)



Informasi lebih lanjut mengenai publikasi umum perusahaan, kirimkan pertanyaan Anda ke marketing.communication@hanwhalife.co.id
Copyright ©Hanwha Life Indonesia