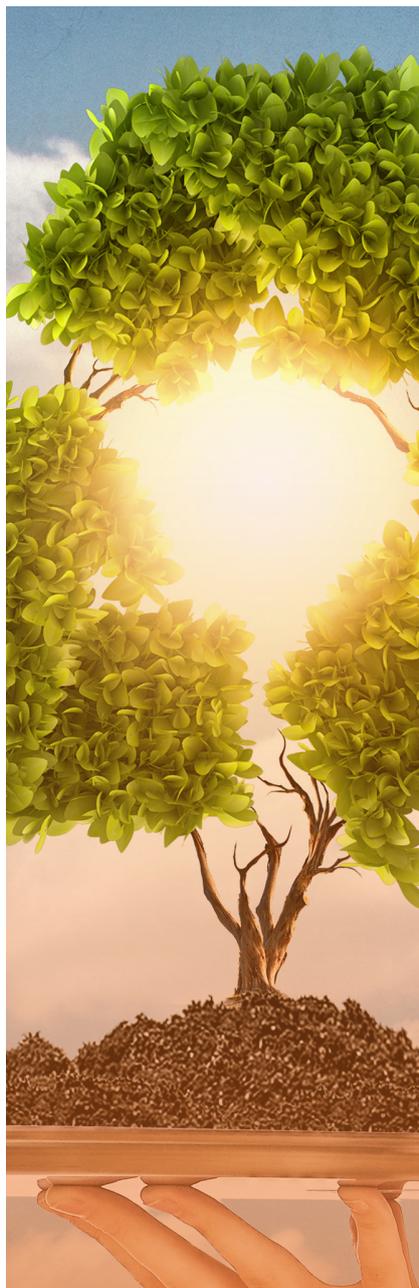


## MELT IT, SHAPE IT, REUSE IT



## LIFE IN HANWHA

From Ghost Net to Samsung Galaxy  
Devices: Hanwha Employs Ocean-conscious  
Recycling Technology in Electronics  
Components and More

## FINANCIAL FREEDOM

HSP & HGLP  
Market Update



## LIFE+ POINT

Promo Register &  
Join the Mission

## E-CLINIC

Tidak Semua Luka Berdarah

## DREAM PLUS

Customer Service

## OTHERS

GRC Awards  
Opening DPC Bandung  
Quiz

## DARI "GHOST NET" HINGGA PERANGKAT SAMSUNG GALAXY:



## HANWHA MENGGUNAKAN TEKNOLOGI DAUR ULANG YANG SADAR LAUT DALAM KOMPONEN ELEKTRONIK DAN LAINNYA

Setiap tahun, diperkirakan 14 juta ton sampah plastik masuk ke lautan kita. Sebagai perbandingan, polusi plastik itu cukup untuk mengisi lebih dari 500.000 kolam renang ukuran Olimpiade. Jadi, tidak perlu dikatakan lagi bahwa polusi air, khususnya dari sampah plastik, adalah krisis yang semakin parah di dunia kita saat ini. Tapi kemana kita pergi dari sini?

Dedikasi Hanwha terhadap keberlanjutan berarti memprioritaskan langkah-langkah untuk membersihkan perairan kita melalui teknologi berpikiran maju dan solusi kreatif. Dari mendaur ulang jaring ikan plastik menjadi komponen perangkat elektronik dan mengembangkan teknologi PLA yang inovatif hingga berkolaborasi dengan komunitas lokal dalam upaya pembersihan, Hanwha berkomitmen untuk menciptakan masa depan yang lebih baik bagi lautan kita dan sekitarnya.

Sampah plastik seperti kantong plastik, pembungkus makanan, *to-go container*, sedotan, tutup botol dan botol minuman merupakan komponen utama dari semua sampah permukaan dan sampah laut dalam. Di antaranya, jaring ikan telah muncul sebagai komponen pencemaran laut yang sangat berbahaya. Jaring ikan yang rusak, hilang, dan dibuang, yang biasa disebut sebagai "jaring hantu" atau "*ghost nets*", membentuk setidaknya 46% dari Tambalan Sampah Pasifik Besar dan merupakan ancaman yang cukup besar bagi ekosistem laut kita.

Jaring ini tidak hanya menjerat satwa liar yang rentan dan terkadang terancam punah, tetapi juga merusak terumbu karang dengan menghalangi mereka dari sinar matahari yang penting, menyebabkan kerusakan dan bahkan membuat karang yang rapuh terkena penyakit. Menghapus jaring ini dari lautan kita hanyalah setengah dari pertempuran. Melalui solusi inovatif, Hanwha telah mengatasi polusi plastik laut, satu jaring hantu pada satu waktu.

Berkat teknologi daur ulang baru, sekarang mungkin bagi jaring hantu untuk menemukan jalan keluar dari lautan dan masuk ke perangkat elektronik kita. Hanwha Compound, anak perusahaan yang sepenuhnya dimiliki

oleh Hanwha Solutions, menggunakan teknologi peracikan materialnya yang canggih untuk mendaur ulang jaring yang dibuat dari poliamida ini menjadi komponen utama untuk perangkat elektronik. Teknologi peracikan material Hanwha mendaur ulang poliamida yang ditemukan di jaring hantu menjadi bahan untuk komponen *smartphone*.



Ghost nets dikumpulkan dari garis pantai oleh nelayan lokal. Setelah dikumpulkan, jaring dipisahkan, dibersihkan dan dipotong kecil-kecil. Potongan-potongan tersebut kemudian dimasukkan melalui proses ekstraksi yang menghasilkan bahan ramah lingkungan yang mengandung setidaknya 80% poliamida daur ulang. Dari sini, Hanwha Compound menggunakan teknologi peracikan materialnya untuk meningkatkan kinerja poliamida. Hasilnya adalah resin poliamida berkinerja tinggi yang terdiri dari setidaknya 20% jaring ikan daur ulang. Teknologi upcycling ini telah diterapkan pada perangkat Samsung Galaxy.

Misi Hanwha untuk mencerahkan masa depan melalui solusi berkelanjutan terus mendorong inovasi perusahaan dalam teknologi daur ulang hijau. Pemilihan Hanwha Solutions sebagai operator utama Proyek Teknologi Produksi Naphtha Limbah Plastik Pirolisis Nasional Berbasis Minyak adalah salah satu contohnya. Diluncurkan oleh Kementerian Perdagangan, Industri, dan Energi Korea sebagai bagian dari proyek pengembangan teknologi suku cadang materialnya, usaha ini bertujuan untuk mengembangkan teknologi *Plastic-to-Chemicals* (PTC) yang mengubah sampah dari dekomposisi plastik menjadi plastik yang dapat digunakan.

# STRATEGI 7 – 2 SEUMUR HIDUP

STRATEGI PROTEKSI JIWA SEUMUR HIDUP  
SEKALIGUS MENABUNG



Maukah Anda mendapat Panen setiap 7 tahun, 2 kali dapat uang di saat pensiun dan Penjaminan asuransi jiwa seumur hidup. Di Hanwha itu mungkin saja dengan produk **Hanwha Saving Protection** dan **Hanwha Golden Life Plan**.

## LALU BAGAIMANA CARANYA?

Sebelum panen mari kita tanam terlebih dahulu, apa yang kita tanam?

Yang kita akan tanam adalah bibit **Hanwha Saving Protection** dan **Hanwha Golden Life Plan**.



## MENGAPA HANWHA SAVING PROTECTION?

Karena akan **panen setiap 7 tahun**, dan setiap panen kita mulai tanam lagi, agar bisa **panen kembali 7 tahun kedepan**.

## MENGAPA HANWHA GOLDEN LIFE PLAN?

Karena **Hanwha Golden Life Plan** mempunyai **Proteksi Jiwa Seumur Hidup** dan **Manfaat Hidup 2 kali** yaitu manfaat hidup di usia 65 tahun akan **dikembalikan seluruh premi yang telah dibayarkan** dan manfaat hidup di usia 70 tahun akan **diberikan 50% dari UP**.



Jadi, tunggu apalagi? Lebih baik 10 tahun lebih cepat memproteksi jiwa Anda daripada 1 menit terlambat.

# AAJI: PENDAPATAN ASURANSI JIWA TURUN 12,3 PERSEN DI SEMESTER I-2022



Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) mencatat pendapatan industri asuransi jiwa menurun 12,3 persen secara tahunan (year-on-year/yoy) dari Rp120,2 triliun pada semester I-2021 menjadi Rp105,4 triliun di semester I-2022.

"Penurunan cenderung disebabkan oleh menurunnya pendapatan premi yang berkontribusi sebesar 90,7 persen terhadap total pendapatan," kata Ketua Dewan Pengurus AAJI Budi Tampubolon dalam konferensi pers di Jakarta, Selasa.

Ia menjelaskan total pendapatan premi pada paruh pertama tahun ini tercatat sebesar Rp95,7 triliun atau turun 8,9 persen (yoy) dari Rp105,1 triliun pada semester I-2021.

Berdasarkan produknya, asuransi jiwa unit link masih mendominasi total pendapatan industri asuransi jiwa dengan kontribusi sebesar 59,3 persen, sementara 40,7 persen lainnya berasal dari produk asuransi tradisional.

Produk tradisional dan unit link secara keseluruhan menurun masing-masing sebesar 4,6 persen (yoy) dari Rp40,9 triliun menjadi Rp39 triliun serta 11,7 persen (yoy) dari Rp64,2 triliun menjadi Rp56,7 triliun.

Kendati demikian, pendapatan premi untuk produk asuransi kesehatan meningkat 15,9 persen (yoy) dari

Rp7,4 triliun menjadi Rp8,6 triliun.

Sementara berdasarkan bisnisnya, Budi menyebutkan premi bisnis baru berkontribusi sebesar 61,8 persen terhadap total pendapatan premi, sementara 38,2 persen lainnya berasal dari premi bisnis lanjutan.

"Pendapatan premi bisnis baru dan lanjutan juga mencatatkan penurunan, masing-masing sebesar 13,3 persen (yoy) dari Rp68,1 triliun menjadi Rp59,1 triliun dan 0,9 persen (yoy) dari Rp36,9 triliun menjadi Rp36,6 triliun," tuturnya.

Begitu pula jika dilihat berdasarkan kanal distribusinya, sambung dia, seluruh kanal mencatatkan penurunan, yakni bancassurance, keagenan, dan alternatif, masing-masing turun 7 persen (yoy), 9,1 persen (yoy), dan 10,9 persen (yoy).

Berdasarkan unit usahanya, pendapatan premi unit usaha konvensional turun 11 persen (yoy) dari Rp95,3 triliun menjadi Rp84,8 triliun, namun unit usaha syariah mampu tumbuh 11,5 persen (yoy) dari Rp9,7 triliun menjadi Rp10,9 triliun.

Adapun pendapatan premi asuransi perorangan turun 11,4 persen (yoy) dari Rp93,13 triliun menjadi Rp82,51 triliun, sedangkan asuransi kumpulan tumbuh 10,5 persen (yoy) dari Rp11,92 triliun menjadi Rp13,17 triliun.

Life + Point

Download & Register

**Life+  
point**

and Get **20.000** points

**Watch Hantravelling** and  
Join the Mission to get extra **15.000** points!

**MISSION**



JOIN THE MISSION

CLAIM



JOIN THE MISSION

CLAIM



JOIN THE MISSION

CLAIM

Okay!





# TIDAK SEMUA LUKA BERDARAH

## PENTINGNYA KESEHATAN MENTAL

Jika mendengar kata "LUKA" tentu kita langsung mengasosiasikan dengan kondisi luka terbuka, mengeluarkan darah. Namun, tidak semua luka terlihat dan mengeluarkan darah. Ada luka hati atau perasaan yang tidak terlihat namun dampaknya bisa sangat signifikan. Kita pernah mendengar angka bunuh diri di Jepang tinggi, dan rata-rata di usia muda atau produktif. Secara fisik mereka terlihat sehat namun perasaannya hancur oleh berbagai sebab.

Mungkin kita pun pernah bahkan sering mengalami hal tersebut misalnya emosi tidak terkendali, gampang tersulut amarah, dendam, merasa tidak diperhatikan, stress, ingin menyendiri, merasa sesak karena terhimpit beban masalah dan lain sebagainya. Jika Anda pernah merasakan hal itu, maka Anda sesungguhnya sudah mengalami gangguan mental dan akhirnya jika tidak ada pengobatan akan ada manifestasi gangguan mental yang paling ekstreme yaitu kegilaan.

Tidak perlu malu karena Anda tidak sendiri, saat ini Indonesia memiliki prevalensi orang dengan gangguan jiwa sekitar 1 dari 5 penduduk, artinya sekitar 20% populasi di Indonesia itu mempunyai potensi-potensi masalah gangguan jiwa. Sedangkan di dunia Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) mencatat, hampir 1 miliar orang di seluruh dunia mengalami beberapa bentuk gangguan kesehatan mental.

### LALU APA YANG BISA KITA LAKUKAN?

#### 9 CARA SEDERHANA MENJAGA KESEHATAN MENTAL

- 1 Mendekat kepada Tuhan Yang Maha Esa
- 2 Katakan Hal Positif pada Diri Sendiri
- 3 Tuliskan Hal-Hal yang Patut Disyukuri
- 4 Fokus pada Satu Hal pada Satu Waktu
- 5 Olahraga
- 6 Makanlah Makanan yang menyamankan
- 7 Terbukalah pada Seseorang
- 8 Lakukan hal baik untuk Orang Lain
- 9 Istirahat dengan cukup

Mulailah dari hal yang sederhana, mulailah sekarang, mulai dari diri sendiri dan lakukan dengan konsisten.

# CUSTOMER SERVICE

Customer Care adalah unit yang memiliki tugas dan memegang peran sebagai penghubung antara nasabah dan perusahaan yang dimana saat melakukan tugasnya mereka perlu menguasai banyak skill diwaktu yang bersamaan seperti :



## Komunikasi, Product Knowledge, Persuasi, Hospitality, Time Management, Empati.

**Customer Care Hanwha Life Insurance Indonesia** berperan sebagai media untuk membangun dan memperkuat hubungan perusahaan dengan nasabah. Customer Care mewakili Hanwha Life sebagai jalur komunikasi dengan nasabah.

Pelayanan Customer Care yang baik akan memiliki citra baik Perusahaan di mata nasabah. Dengan pelayanan yang baik, Customer Care dapat membantu hubungan perusahaan dengan Nasabah agar dapat terus berjalan dengan baik.

Pada Customer Care Hanwha Life Insurance Indonesia terdapat 3 staff yang terdiri dari 3 orang yaitu : **Novriyana Bungayagi** , **Naomi Wiwinda** dan **Khaerudin** yang dipimpin langsung oleh **Reza Utama**.

### Layanan yang terdapat di Customer Care Hanwha Life Insurance Indonesia adalah :

- Layanan Inquiry yang dilayani oleh Naomi & Khaerudin.
- Layanan pengaduan yang dilayani oleh Reza Utama dan Novriyana.
- Yang bertanggung jawab atas Fungsi Monitoring , reporting dan Development unit adalah Reza Utama dan Novriyana.

### Layanan Customer Care Hanwha Life dapat diakses melalui :

- Direct / Walk in yang bertempat di Head Office
- Email [care@hanwhalife.co.id](mailto:care@hanwhalife.co.id)
- Whatsapp di nomor 081113710100
- Telepon di 02180862000

Nasabah Hanwha Life Insurance Indonesia dapat mengajukan bantuan asistensi, serta pertanyaan-pertanyaan mengenai produk dan manfaatnya, tentang polis, pembayaran premi, klaim, perubahan polis, komplain dan lain-lainnya.

# HANWHA LIFE MENERIMA PENGHARGAAN GRC AWARDS

Prestasi membanggakan berhasil ditorehkan PT Hanwha Life Insurance Indonesia. Dalam ajang bergengsi TOP GRC Awards 2022 yang digelar hari ini, Selasa (6/9/2022) di Ballroom Hotel Raffles, Jakarta, PT Hanwha Life menyabet dua penghargaan sekaligus.

Dua penghargaan tersebut adalah "TOP GRC Awards 2022 # 4 Stars" dan "The Most Committed GRC Leader 2022" yang diberikan kepada Direktur Utama PT Hanwha Life Insurance Indonesia. Dalam acara penerimaan penghargaan The Most Committed GRC Leader 2022 tersebut diwakili oleh Mr. Namkoong Hoon (Mr. Steven) sebagai Direktur Utama & Chief Executive Officer PT Hanwha Life Insurance Indonesia.



Hanwha Life mendapatkan penilaian Sangat Baik dalam Top GRC Awards 2022 karena telah memiliki sistem, infrastruktur dan implementasi tata kelola perusahaan, manajemen risiko dan kepatuhan, serta pemanfaatan teknologi digital yang dapat mendukung keberhasilan implementasi GRC dan peningkatan kinerja bisnis perusahaan berkelanjutan. Hanwha Life juga dinilai memiliki pemimpin yang berkomitmen tinggi untuk keberhasilan implementasi GRC di perusahaan.

Penghargaan yang diberikan kepada PT Hanwha Life Insurance Indonesia tak terlepas dari komitmen dan konsistensi manajemen PT Hanwha Life Insurance Indonesia dalam mengimplementasikan governance, risk management dan compliance management (GRC) di perusahaan. Komitmen inilah yang membuat performa bisnis dan layanan PT Hanwha Life Insurance Indonesia tetap mumpuni meskipun dalam kondisi pandemi Covid-19.

## GRAND OPENING

# DREAM PLUS CENTER BANDUNG



Hanwha Life baru saja meresmikan Dream Plus Center Bandung pada tanggal 14 September 2022. yang beralamatkan di Gedung Wisma Bumiputera, Jl. Asia Afrika No. 141-149 Lt.2, Suite #203, Bandung.

Berlangsung secara meriah, acara ini di hadiri oleh Mr. Joko Supriyanto selaku Head of Priority Marketing, Mr. Djati selaku VP Premier, Mr. Umbu Prabawa selaku Agency Channel Head, Mr. Chang Han selaku Chief Marketing Strategy Officer, dan diakhiri dengan video sambutan oleh Mr. Steven Namkoong. Pemotongan pita dan tumpeng secara simbolis yang maenjadi khas dari Hanwha Life, dan foto bersama.

Dengan dibukanya Dream Plus Center di harapkan Hanwha Life Insurance semakin dekat untuk memenuhi kebutuhan Nasabah.

QUIZ TIME

# FIND HIDDEN OBJECTS

Bantu Hanwha temukan 5 "*Ghost Nets*" yang mencemari lautan!



Kirimkan jawaban ke [Marketing.Communication@hanwhalife.co.id](mailto:Marketing.Communication@hanwhalife.co.id)

5 orang dengan jawaban tepat dan tercepat akan mendapatkan hadiah menarik!

 [www.hanwhalife.co.id](http://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](mailto:marketing.communication@hanwhalife.co.id)  
Copyright ©Hanwha Life Indonesia