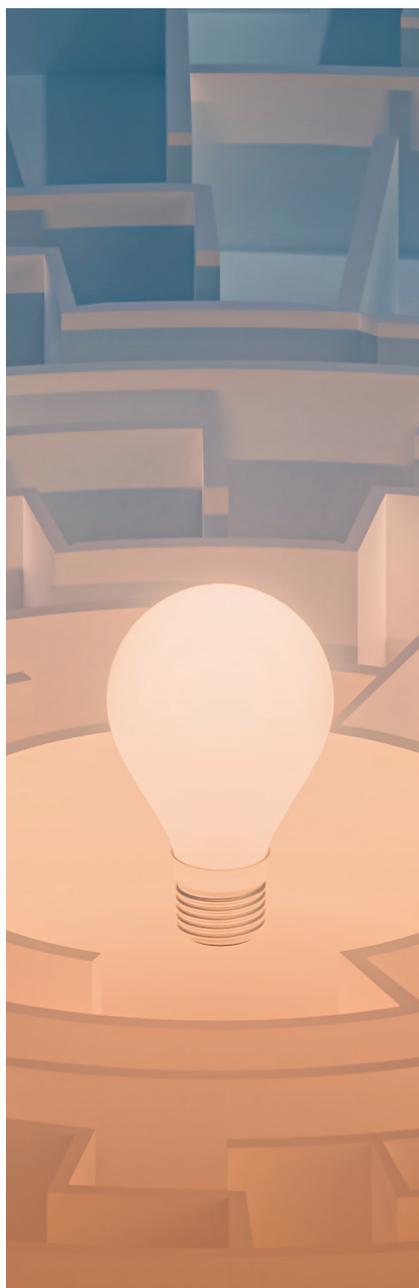




HANWHA WITH BEST SINERGY AND STRATEGY



LIFE IN HANWHA

Hanwha's Best Business Strategy to
Strengthen Business in Indonesia

FINANCIAL FREEDOM

Hanwha Smart CI Plus
Market Update



LIFE+ POINT

Promo

E-CLINIC

Health Articles

DREAM PLUS

Product Development

OTHERS

MoU Signing Hanwha Life
with Job 2 Go

Hanwha Life at WTC Cup
Quiz

HANWHA'S BEST BUSINESS STRATEGY TO STRENGTHEN BUSINESS IN INDONESIA



Pada tanggal 15 November 2022 lalu, **CEO Hanwha Life Korea (HLK), Yeo Seung Joo**, mengunjungi Hanwha Life Indonesia (HLI). Karyawan Hanwha Life Indonesia menyambut meriah kedatangan CEO dari HLK. Penyambutan dilakukan oleh seluruh karyawan HLI di Head Office diawali dengan pengalungan bunga oleh Fanny dan Vinita, serta memberikan kata sambutan perwakilan dari karyawan yaitu Anastasia dan Wismoyo.



CEO HLK juga menyampaikan bahwa beliau baru saja sampai di Jakarta pada 14 November 2022 malam, dan langsung berkunjung ke kantor HLI. Walau terasa lelah dalam perjalanan, bukan berarti mengurangi rasa semangat CEO HLK untuk bertemu dengan karyawan HLI. Beliau menyampakan sangat senang bisa bertemu lagi dengan karyawan HLI. Kunjungan CEO HLK ini memang dilakukan secara rutin, tetapi karena pandemik agenda kunjungan CEO HLK ke HLI harus di tunda.



Life in Hanwha



Sebelumnya, pada 13-14 November 2022, CEO HLK menghadiri Forum B20, bagian dari rangkaian acara KTT G20 di Bali. Juga, ikut serta dalam pertemuan Korea-Indonesia Business Roundtable bersama Presiden RI Joko Widodo dan Presiden Korea Selatan Yoon Suk Yeol untuk mendorong penguatan kerja sama ekonomi kedua negara. Dalam pertemuan tersebut, Indonesia dan Korea mengumumkan 8 Memorandum Saling Pengertian kerja sama, antara lain mengenai peluncuran High-Level Dialogue on Investment (HLDI), Korea-Indonesia Economic Cooperation 2.0 dan Green Initiative serta pembangunan Fase 4 MRT Jakarta.



Foto dari kiri ke kanan: Steven Namkoong, Don Kim, Yeo Seung Joo, Adrian Suherman, Felix Ali Chendra, Agus Arismunandar

Agenda terakhir CEO HLK adalah penandatanganan nota kesepahaman (MoU) antara Hanwha Life dan Lippo Group pada 16 November 2022 di World Trade Center 1, Jakarta. Pada kesempatan itu, CEO HLK mengungkapkan, “Hanwha Life adalah perusahaan asuransi Korea pertama yang masuk ke Indonesia. Secara grup, kami memiliki komitmen yang besar untuk Indonesia. Melalui penandatanganan MoU ini, Hanwha Life dan Lippo Group berkomitmen untuk merintis masa depan bersama di Indonesia, sekaligus membuka peluang kerja sama dalam berbagai sektor selain asuransi”.

PENYAKIT KRITIS & ESTIMASI BIAYANYA



Pernakah Anda berpikir bahwa Anda tidak mungkin mengalami sakit kritis?

Mungkin Sebagian besar dari Anda dengan jumawa menjawab “hal itu tidak mungkin terjadi kepada saya”, dan jika diminta alasannya dengan keyakinan penuh Anda akan menjawab “tidak ada Riwayat keluarga saya kena kanker, penyakit jantung, apalagi diabetes” atau “saya masih muda terbiasa hidup sehat, ngegym, tidak merokok, pekerjaan lancar, finansial terjamin, bisa manage stress dengan baik dan kalau sakit pun ada fasilitas asuransi Kesehatan dari kantor.

Ada benarnya pernyataan tersebut, tetapi mari kita lihat statistik membuktikan. Secara global tahun 2019 menurut survey WHO, 70% penduduk dunia sebelum meninggal menderita penyakit kritis. Ada 3 penyakit penyebab kematian tertinggi yaitu : kardiovaskular (penyakit jantung iskemik, termasuk stroke), pernapasan (penyakit paru obstruktif kronis, infeksi saluran pernapasan bawah, termasuk kanker paru) dan kondisi neonatal – yang meliputi asfiksia lahir dan trauma lahir, sepsis dan infeksi neonatal, serta komplikasi kelahiran prematur.

Pembunuh terbesar di dunia adalah penyakit jantung iskemik, penyakit ini bertanggung jawab atas 16% dari total kematian dunia. Sejak tahun 2000, peningkatan kematian terbesar terjadi karena penyakit ini, meningkat lebih dari 2 juta kasus menjadi 8,9 juta kematian pada tahun 2019. Stroke dan penyakit paru obstruktif kronik adalah penyebab kematian ke-2 dan ke-3, menjadi penyebab kematian sebesar 11% dan 6 % dari total kematian dunia.

Dari statistic tersebut diperkirakan pada tahun 2030: Kanker mungkin menyalip penyakit jantung sebagai penyebab kematian nomor 1, membunuh 23,6 juta orang setiap tahun. Jumlah kematian terkait hepatitis C dapat tumbuh sebanyak 3 kali lipat dan Penyakit Alzheimer mungkin dapat menjadi penyebab kematian ke-4.

	<p>PENYAKIT JANTUNG</p>	<p>Pengecekan Jantung Rp 3,7-4 Juta</p>	<p>Operasi Bypass Jantung Rp 150-300 Juta</p>	<p>Ring Jantung Rp 50-100 Juta</p>		
	<p>DIABETES</p>	<p>Konsultasi Dokter Rp 1-2 Juta /bulan</p>	<p>Obat-obatan Rp 1-2 Juta /bulan</p>	<p>Operasi Rp 15 - 20 Juta</p>	<p>Cuci Darah Rp 50 - 60 Juta / tahun</p>	
	<p>KANKER</p>	<p>Pengobatan Rp 102 - 106 Juta / Bulan</p>			<p>PENYAKIT PARU OBSTRUKTIF KRONIK (PPOK)</p>	<p>Terapi dan Rawat Inap Rp 3,5 Juta / Bulan</p>

Masih merasa merdeka secara finansialkah Anda jika suatu hari harus menguras simpanan atau menjual asset Anda untuk membiayai pengobatan penyakit diatas?

DIGITALISASI ASURANSI

SOLUSI MENINGKATKAN PENETRASI ASURANSI JIWA DI INDONESIA



Meski masyarakat dunia sedang menghadapi perlambatan ekonomi dan kenaikan inflasi akibat pandemi Covid-19, minat masyarakat Tanah Air terhadap produk asuransi jiwa justru semakin meningkat. Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) dalam Siaran Pers Kinerja Industri Asuransi Jiwa Periode Semester I 2022 menyebutkan bahwa total tertanggung kumpulan mencapai 51,96 juta orang atau naik 23,7 persen secara tahunan. Kemudian, total tertanggung perorangan sebesar 21,94 juta orang. Angka ini naik 9,5 persen secara tahunan.

Selain itu, naiknya jumlah tertanggung kumpulan mencerminkan adanya peningkatan permintaan perlindungan asuransi dari pelaku usaha ke karyawan mengindikasikan bahwa terjadi perbaikan ekonomi di hampir seluruh sektor. Hal ini juga menunjukkan bahwa perusahaan semakin berkomitmen untuk menciptakan bisnis berkelanjutan.

INSURANCE TECHNOLOGY JADI SOLUSI

Berkaca pada angka tersebut, Direktur Literasi dan Edukasi Keuangan OJK Horas VM Tarihoran menilai bahwa masih perludanya peningkatan penetrasi asuransi jiwa. Hal ini harus diupayakan lewat produk yang mudah diakses. "Literasi keuangan harus digenjut dengan edukasi dan sosialisasi. Produk ini juga harus mudah diakses masyarakat, misalnya dengan memanfaatkan teknologi digital.

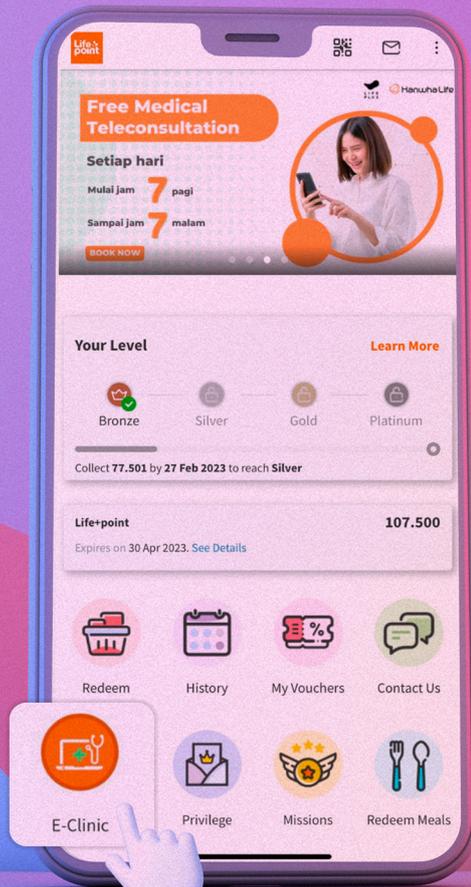
Teknologi digital dapat menjadi salah satu kanal distribusi produk asuransi jiwa. Terlebih, sebagian besar masyarakat Indonesia sudah menggunakan smartphone untuk mengakses internet.

Untuk mendukung digitalisasi industri asuransi jiwa, OJK juga telah mengeluarkan Peraturan OJK Nomor 13/POJK.02/2018 tentang Inovasi Keuangan Digital di Sektor Jasa Keuangan. Beleid ini berisi ketentuan yang memayungi pengawasan dan pengaturan industri keuangan digital.

"OJK mendorong industri asuransi untuk bertransformasi dalam proses bisnis dan penyediaan layanan kepada konsumen dengan mengoptimalkan penggunaan digital tools," ujar Ogi. Peluang bertumbuh dan dukungan pemerintah menjadi angin segar bagi industri asuransi untuk mengembangkan bisnis ke arah digital atau *insurance technology* (insurtech).

Ketua Bidang Marketing dan Komunikasi AAJI Wiroyo Karsono menilai bahwa insurtech dapat membantu penetrasi asuransi ke masyarakat yang lebih luas. Saat ini, terdapat 10 insurtech di Indonesia.

Dengan demikian, perusahaan asuransi dapat menawarkan produk yang tepat sasaran. Pada akhirnya, penetrasi asuransi jiwa ke masyarakat pun dapat meningkat.



**BENEFIT
ALL IN**

**CUMA DI
LIFE+
POINT!**

**SEKARANG BISA AKSES
E-CLINIC DI** 



**FREE
KONSULTASI**

Konsultasi gratis
bersama dokter
terpercaya melalui
video call

**SETIAP
HARI 7-7**

Selalu ada untuk
Anda, mulai 7 pagi
sampai 7 malam

**UNTUK
SEMUA
KALANGAN**

Hadir untuk Nasabah,
Karyawan, Agent dan
Masyarakat umum



PASCA PANDEMI, MUNCUL 3 PENYAKIT BARU YANG RESAHKAN DUNIA

Saat pandemi Covid-19 telah menjadi endemi di sebagian besar wilayah di dunia, muncul beberapa penyakit baru yang meresahkan. Terbaru adalah cacar monyet (monkeypox). Penyakit tersebut menyusul virus Hendra dan penyakit hepatitis akut misterius yang muncul sebelumnya pada tahun ini. Berikut penjelasan mengenai tiga penyakit baru yang meresahkan dunia tersebut:

Hepatitis Akut Misterius



Hingga kini, wabah hepatitis akut misterius yang menjangkiti anak telah menjadi momok menakutkan. Dugaan kasus hepatitis akut pada anak di Indonesia mencapai 70 kasus yang tercatat hingga 24 Juni 2022.

Sejumlah ahli kesehatan menduga penyebab dari penyakit ini salah satunya adalah long Covid atau efek samping jangka panjang dari Covid-19. Meski begitu, hal ini dibantah oleh Ketua Satgas Covid-19 IDI Zubairi Djoerban. Ia mengatakan kebanyakan dari pasien hepatitis misterius ini justru dalam kondisi yang sehat.

Virus Hendra



Virus Hendra (HeV) adalah anggota famili Paramyxoviridae, genus Henipavirus. HeV pertama kali ditemukan pada tahun 1994 dari spesimen yang diperoleh selama wabah penyakit pernapasan dan neurologis pada kuda dan manusia di Hendra, pinggiran kota Brisbane, Australia.

Para peneliti di Griffith University Australia menyebut bahwa varian dari virus tersebut bisa menular ke manusia. Virus ini juga terdeteksi di urine kelelawar berkepala hitam dan abu-abu yang menyebar di Australia, wilayah federal New South Wales (NSW) hingga Queensland.

Cacar Monyet (Monkeypox)



Cacar monyet biasanya paling sering terjadi di daerah terpencil di Afrika bagian tengah dan barat. Penyakit ini disebabkan infeksi virus langka yang biasanya memiliki gejala ringan. Kebanyakan orang yang terinfeksi umumnya sembuh dalam beberapa minggu, menurut Layanan Kesehatan Nasional Inggris.

Gejala awal jika terinfeksi cacar monyet adalah demam, sakit kepala, pembengkakan anggota tubuh, sakit punggung, nyeri otot, dan kelesuan.

Setelah demam mencapai puncak dan mereda, ruam atau bintil merah pada kulit muncul dan berkembang. Seringkali, ruam dimulai pada wajah, kemudian menyebar ke bagian tubuh lainnya, paling sering pada telapak tangan dan telapak kaki.



PRODUCT STRATEGY

Kali ini kita akan berkenalan dengan **Department Product Strategy**. Fungsi utama dari departemen ini adalah untuk mengembangkan produk asuransi yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan dan persyaratan peraturan serta standar industri. Sebagaimana kita ketahui bahwa sebelumnya Department Product Strategy ini berdiri di *team Chief Finance Officer (CFO)*, dan dengan strategi baru pada bulan Oktober 2022 pindah di *team Chief Marketing Strategy Officer (CMSO)*.

Departemen Product Strategy adalah kombinasi unik dari keahlian seorang aktuaris memperhitungkan risiko dan kemampuan berinteraksi dengan departemen lain di perusahaan dalam rangka pengembangan produk. Secara keseluruhan, departemen ini sangat penting bagi perusahaan asuransi karena membantu mengembangkan produk yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan, sehingga perusahaan dapat terus menawarkan produk berkualitas yang dapat memenuhi harapan pelanggan.

Team Product Strategy dipimpin oleh **Silvia selaku Head of Product Strategy** yang memiliki beberapa bagian penting dengan rincian sebagai berikut :

1. **Pricing**, Aris Nurlaili dan Wismoyo Adinegoro bertanggung jawab untuk perhitungan premi bagi produk individu dan kumpulan, pengembangan sistem dan ilustrasi produk;
2. **Proposition**, Reza Wijaya bertanggung jawab untuk perhitungan premi bagi asuransi kesehatan kumpulan
3. **Product Development**, Sihabudin dan Muna Mauliza bertanggung jawab untuk pengembangan produk mulai dari spesifikasi produk hingga implementasinya.

Setiap anggota di departemen ini bertanggung jawab untuk mengumpulkan informasi tentang preferensi dan kebutuhan pelanggan, serta menganalisis data tersebut untuk mengembangkan produk asuransi yang sesuai. Mereka juga harus memastikan bahwa produk yang dikembangkan memenuhi semua persyaratan yang ditetapkan, menyiapkan proposal produk yang akan diajukan kepada tim manajemen lokal dan kantor pusat, termasuk menemukan reasuransi yang sesuai untuk mendukung produk baru tersebut.

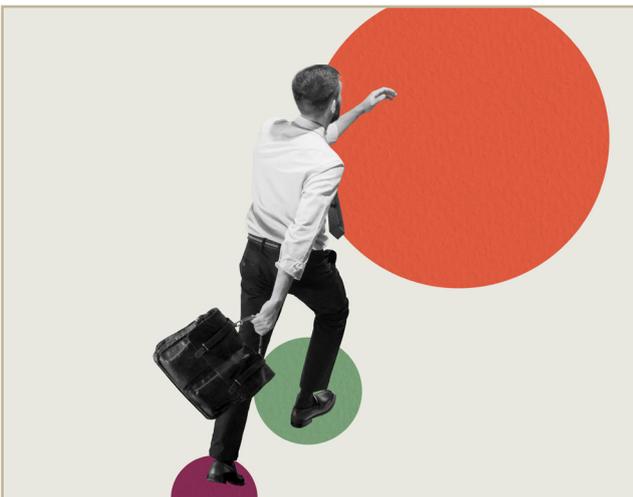


MOU SIGNING HANWHA LIFE WITH JOB 2 GO

Dengan *Spirit Add Value, Build Dream* dan *Lead Culture*, harapan Hanwha Life Indonesia (HLI) dalam penandatanganan MoU semakin besar dan semakin kuat di Indonesia dan agar dapat memperluas kerja sama di berbagai sektor. Kerjasama dalam berbagai sektor terwujud pada tahun 2022 ini yaitu kerjasama dengan Job2Go. Job2Go sendiri merupakan Platform yang menghubungkan bisnis dengan Pekerja dan memberikan nilai tambah lebih dari sekadar melamar pekerjaan. Job2Go menyediakan layanan rekrutmen pekerja, keuangan untuk pekerja, perdagangan dan juga pendidikan.

Adapun penandatanganan nota kesepahaman (MoU) antara Hanwha Life Indonesia yang diwakili oleh Steven Namkoong selaku CEO Hanwha Life Indonesia dan Job2Go yang diwakili oleh Kurniawan Santoso selaku CEO Job2Go dilakukan pada 30 November 2022 di World Trade Center 1, Jakarta. Kerja sama ini sekaligus mengakselerasi komitmen kedua perusahaan untuk memberikan kemudahan dan kenyamanan karyawan untuk memenuhi kebutuhan asuransi dengan berkomitmen untuk memberikan upaya terbaik untuk mewujudkan kolaborasi yang baik.

Job2Go terdiri dari dua platform yaitu, Job2Go Career dan Job2Go Workforce.



Job2Go Career:

Platform untuk pencari kerja. Jobseeker dapat mencari pekerjaan berdasarkan kategori pekerjaan seperti full time, paruh waktu dan WFH.

Dalam platform ini, Job2Go juga sering mengadakan virtual job fair dan webinar menarik yang bermanfaat untuk job seeker.



Job2Go Workforce:

Platform teknologi HR & keuangan terintegrasi untuk karyawan.

Beberapa fitur yang ditawarkan dalam platform ini di antaranya absensi, payroll management dan instalment loan. Member juga dapat membayar kebutuhan bulanan seperti pulsa, listrik, PDAM, dsb melalui platform ini.

Others



Club futsal Hanwha Life Indonesia (HLI) mengikuti World Trade Center (WTC) Cup yang diadakan pada November-Desember 2022. Turnamen WTC Cup diperuntukkan bagi club Futsal dari berbagai perusahaan yang ada di kawasan WTC Jakarta. Pada kesempatan ini beberapa karyawan HLI mengikuti turnamen. Jadwal pertandingan Futsal untuk HLI sendiri pada tanggal 29 November 2022 dan 5 Desember 2022.



Pertandingan pertama untuk HLI cukup memuaskan karena meraih skor seri, sedangkan pada seleksi perempat final HLI belum beruntung dalam pertandingan ini, hal tersebut tidak membuat peserta berkecil hati tetapi mereka tetap semangat dan merasa senang karena sudah dapat mewakili HLI dalam turnamen ini. Kekalahan bukan akhir dari segalanya tetapi akan menjadi awal kebangkitan meraih kemenangan.



QUIZ TIME

Hanya ada **DUA** Pohon Natal
yang sama persis
Temukan Pohon Natal tersebut!



Kirimkan jawaban ke

Marketing.Communication@hanwhalife.co.id

Paling lambat 21 Desember 2022

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

 www.hanwhalife.co.id

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

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

 Hanwha Life Insurance Indonesia



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