

# HADIAHKAN CINTA +

Annual Report  
Laporan Tahunan  
**2022**





# Daftar Isi

Table of Contents



CHAPTER	CHAPTER	CHAPTER	CHAPTER	CHAPTER	CHAPTER
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>
<b>Tentang Hanwha Life Indonesia</b> <i>About Hanwha Life Indonesia</i>	<b>Laporan Manajemen</b> <i>Management Report</i>	<b>Profil Manajemen</b> <i>Management Profile</i>	<b>Analisis Manajemen</b> <i>Management Analysis</i>	<b>Tata Kelola Perusahaan</b> <i>Good Corporate Governance</i>	<b>Tanggung Jawab Sosial Perusahaan</b> <i>Corporate Social Responsibility</i>
<b>Profil Perusahaan</b> 8 <i>Company Profile</i>	<b>Laporan Dewan Komisaris</b> 50 <i>Board of Commissioners Report</i>	<b>Profil Dewan Komisaris</b> 62 <i>Board of Commissioners Profile</i>	<b>Produk Perusahaan</b> 78 <i>Company Product</i>	<b>Tata Kelola Perusahaan</b> 88 <i>Good Corporate Governance</i>	<b>Tanggung Jawab Sosial Perusahaan</b> 120 <i>Corporate Social Responsibility</i>
<b>Sekilas Tentang Hanwha Life</b> 10 <i>Hanwha Life at Glance</i>	<b>Laporan Direksi</b> 54 <i>Board of Directors Report</i>	<b>Profil Direksi</b> 66 <i>Board of Directors Profile</i>	<b>Kanal Distribusi dan Hasil Penjualan</b> 79 <i>Distribution Channels and Sales Results</i>	<b>Fungsi Pengawasan Dewan Komisaris</b> 91 <i>Supervisory Function of the Board of Commissioners</i>	<b>Lokasi Kantor</b> 122 <i>Office Location</i>
<b>Visi Misi &amp; Nilai-nilai Perusahaan</b> 12 <i>Vision Mision &amp; Corporate Values</i>	<b>Profil Pejabat Perusahaan</b> 72 <i>Chief of the Company Profile</i>	<b>Kepala Divisi</b> 74 <i>Head of Division</i>	<b>Kendala yang Dihadapi Perusahaan</b> 81 <i>Challenges Faced by Company</i>	<b>Komite di Bawah Pengawasan Dewan Komisaris, Direksi dan Unit Kerja</b> 92 <i>Committees Under Board of Commissioners, Board of Directors Supervision and Working Units</i>	<b>Pernyataan Tanggung Jawab</b> 124 <i>Statement of Responsibility</i>
<b>Logo Perusahaan</b> 13 <i>Company Logo</i>			<b>Laporan Penanganan Pengaduan</b> 83 <i>Complaint Handling Report</i>	<b>Remunerasi Direksi dan Dewan Komisaris</b> 110 <i>Remuneration for the Board of Directors and the Board of Commissioners</i>	<b>Laporan Keuangan</b> 126 <i>Financial Statements</i>
<b>Merek Lifeplus</b> 14 <i>Lifepius Brand</i>				<b>Sistem Pengendalian Internal</b> 112 <i>Internal Control System</i>	
<b>Kaleidoskop Kegiatan Penting</b> 15 <i>Kaleidoscope of Important Activities</i>				<b>Sistem Pengendalian Risiko</b> 113 <i>Risk Control System</i>	
<b>Penghargaan</b> 39 <i>Award</i>				<b>Budaya Perusahaan</b> 115 <i>Corporate Culture</i>	
<b>Struktur Organisasi</b> 40 <i>Organizational structure</i>					
<b>Testimoni</b> 44 <i>Testimonial</i>					

**Tema**  
Theme



# HADIAHKAN CINTA+

Di tahun 2022, Hanwha Life Indonesia meneruskan *Brand Campaign* yang sebelumnya ditahun 2021 “*Hadiahkan Cinta with love*” dengan merubah sedikit tema ditahun 2022 menjadi “*Hadiahkan Cinta Love Plus*”. Melalui *Hadiahkan Cinta Love Plus*, Perusahaan ingin memberikan dukungan penuh kepada seluruh kalangan mulai dari Nasabah, Agen, Karyawan dan Seluruh masyarakat Indonesia untuk dapat perlahan – lahan bangkit dari situasi pandemi Covid-19 dengan memperkuat perlindungan terhadap keluarga dan meningkatkan nilai hidup melalui beragam program sebagai bukti cinta Hanwha Life terhadap seluruh masyarakat.

*Hanwha Life Indonesia will carry on its previous brand campaign, “Hadiahkan Cinta with Love,” in 2022 by switching the focus to “Hadiahkan Cinta Love Plus.” Through Hadiahkan Cinta Love Plus, the Company aims to provide full support to all groups, starting with customers, agents, employees, and all Indonesian people, in order to help them gradually recover from the Covid-19 pandemic situation by strengthening family protection and elevating the value of life through various programs as pr of Hanwha Life’s love for the whole community*

## Kesinambungan Tema

Theme Continuity



### 2021

Berawal dari rasa peduli Hanwha Life Indonesia terhadap karyawan, agent, serta nasabah yang direalisasikan dengan cinta dalam bentuk perlindungan diri melalui #HadiahkanCinta, dalam memaknai arti hidup lebih dengan perlindungan lewat Asuransi Jiwa.

*Starting with Hanwha Life Indonesia’s concern for employees, agents and customers realized with love in the form of self-protection through #HadiahkanCinta, to further explaining the meaning of life with protection through Life Insurance.*



### 2020

Semua orang memiliki kebutuhan berbeda-beda dalam hidupnya. Dengan semangat kedinamisan, Hanwha menjangkau kebutuhan para nasabah dengan menawarkan variasi produk yang luas, yang dapat memenuhi kebutuhan-kebutuhan tersebut.

Hanwha membuka kesempatan menuju masa depan yang lebih baik, dengan terus membangun jalan bagi para skateholders dan shareholders. Hanwha peduli terhadap mimpi kita untuk kehidupan yang lebih baik, oleh karena itu, Hanwha berperan sebagai pintu penyambung antara mimpi dengan perwujudannya menjadi nyata.

*Everyone has different needs in life. With a dynamic spirit, Hanwha reaches out to customers’ needs by offering a wide variety of products, which can meet these needs.*

*Hanwha opens up opportunities for a better future, by continuing to build avenues for stakeholders and shareholders. Hanwha cares about our dreams for a better life, therefore, Hanwha acts as a connecting door between dreams and their realization into reality.*



### 2019

Hanwha Life Indonesia ingin memberikan lingkungan yang lebih baik dan memastikan orang menemukan diri mereka lebih baik dengan menjadi inspirasi mereka untuk menjalani kehidupan yang lebih baik.

Salah satu hal yang dapat membuat orang merasa memiliki hidup sepenuhnya dan hidup yang penuh arti adalah jika mereka dapat memenuhi semua DAFTAR BUCKET yang mereka buat.

*Hanwha Life Indonesia wants to provide a better environment and to ensure people to find themselves better by became their inspiration in order to live a better lives.*

*One of the reason that can make people live their life to the fullest and have a meaningful life is if they can fulfill all of their BUCKET LIST.*

## Ikhtisar Data Keuangan Penting

Financial Performance

### Ikhtisar Keuangan

Financial Highlights

(dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)  
(in million Rupiah, unless otherwise stated)

Uraian Description	2022	2021
<b>Jumlah Aset</b> Total Assets	2.063.401.137.887	2.038.125.649.185
<b>Jumlah Liabilitas</b> Total Liabilities	256.800.460.674	165.986.629.027
<b>Jumlah Ekuitas</b> Total Equity	1.806.600.677.213	1.872.139.020.158
<b>Jumlah Liabilitas dan Ekuitas</b> Total Liabilities and Equity	2.063.401.137.887	2.038.125.649.185
<b>Laporan Laba (Rugi)</b> Statements of Profit (Loss)		
Jumlah Pendapatan Total Income	212.345.347.293	218.822.204.868
Penghasilan Investasi Investment Income	112.496.866.598	122.618.618.077
Beban Usaha Operating Expenses	156.549.249.768	110.418.860.531
<b>Laba (Rugi) Tahun Berjalan</b> Profit (Loss) for the Year	(52.501.965.957)	13.849.127.463
<b>Jumlah Penghasilan Komprehensif Lain</b> Total Other Comprehensive Income	(13.036.376.988)	(3.525.624.175)
<b>Total Laba (Rugi) Komprehensif Tahun Berjalan</b> Total Comprehensive Profit (Loss) for the Year	(65.538.342.945)	10.323.503.288

Tentang Hanwaha Life Insurance Indonesia  
About Hanwaha Life Insurance Indonesia

1





# Profil Perusahaan

## Company Profile



<b>Nama Perusahaan</b> Company Name	PT Hanwha Life Insurance Indonesia
<b>Nama Secara Umum</b> Familiar Name	Hanwha Life Indonesia
<b>Aktivitas Usaha</b> Line of Business	Asuransi Jiwa dan Kesehatan Life and Health Insurance
<b>Tanggal Pendirian Perusahaan</b> Date of Establishment	17 Januari 1994 17 January 1994
<b>Tanggal Peresmian Hanwha Life Indonesia</b> Date of Company Official Activities	24 Oktober 2013 24 October 2013
<b>Dasar Hukum Pendirian</b> Legal Basis of Establishment	Akta No. 11 yang dibuat dihadapan Ny. Nany Werdingingsih Sutopo pada tanggal 17 Januari 1994 dan disetujui oleh Menteri Kehakiman No. C2-11658.HT.01.01. TH.94 Tanggal 3 Agustus 1994  Deed No. 11 made before Ny. Nany Werdingingsih Sutopo on 17 January 1994 and ratified by the Minister of Justice No. C2-11658.HT.01.01.TH.94 dated on 3 August 1994
<b>Perubahan Nama</b> Change of Name	Pada tanggal 17 Januari 1994 Perusahaan didirikan dengan nama PT Indatamporok Life dan kemudian pada 12 September 2005 berubah menjadi PT Multicor Life Insurance dan terakhir pada tanggal 5 April 2013 berubah menjadi PT Hanwha Life Insurance Indonesia  On 17 January 1994, the Company was established under the name of PT Indatamporok Life and then changed into PT Multicor Life Insurance on 12 September 2005 and lastly changed into PT Hanwha Life Insurance Indonesia on 5 April 2013
<b>Izin Usaha Perusahaan</b> Company Business License	Keputusan Dewan Komisiner Otoritas Jasa Keuangan No. KEP-421.NB.1.2013 tanggal 23 Juli 2013  Board Commissioners Financial Services Authority No. KEP-421.NB.1.2013 dated on 23 July 2013



**Jumlah Karyawan**  
Total Employees

**203** Karyawan  
Employees

(per Desember 2022/ as of December 2022)



**Pihak Yang Dapat Dihubungi**  
Contact Address

corp.secretary@hanwhalife.co.id  
legal@hanwhalife.co.id  
care@hanwhalife.co.id  
Tel: (+62) 21 50816111



**Alamat Kantor Pusat**  
Head Office Address

World Trade Centre 1, 12th floor,  
Jl. Jenderal Sudirman Kav. 29, Karet,  
Setiabudi, Jakarta Selatan



**Media Sosial**  
Social Media

Instagram: @hanwhalife.id  
Facebook: @HanwhaLife.id

YouTube: Hanwha Life Insurance Indonesia  
LinkedIn: Hanwha Life Insurance Indonesia



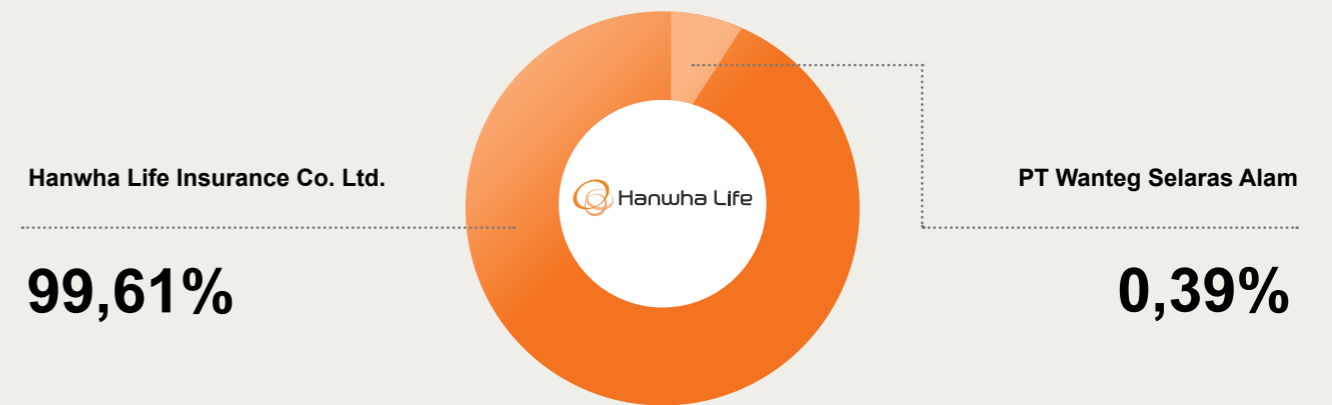
**Situs Web Perusahaan**  
Company Website

www.hanwhalife.co.id



**Data Perusahaan**  
Corporate Data

**Susunan Pemegang Saham**  
Shareholders Composition



**Nama Pemegang Saham**  
Shareholder's Name

**Kepemilikan**  
Ownership  
(dalam Rupiah / in IDR)

Hanwha Life Insurance Co. Ltd.

2.171.400.000

PT Wanteg Selaras Alam

8.600.000

**Total**

**2.180.000.000**

## Sekilas Tentang Hanwha Life

*Hanwha Life at a Glance*

**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*

**Korea Life kemudian bergabung dengan Hanwha Group pada 12 Desember 2002**

*Korea Life joins with Hanwha Group on December 12th, 2002*

**Pada tanggal 12 September 2005, PT Asuransi Indatamporok resmi berganti nama menjadi PT Multicor Life Insurance**

*On September 12th, 2005, PT Asuransi Indatamporok officially changed its name to PT Multicor Life Insurance*

1946

2002

2005

1994

2003

2012

**PT Asuransi Indatamporok Life didirikan pada 17 Januari 1994 sebagai perusahaan yang bergerak di industri asuransi jiwa.**

*PT Asuransi Indatamporok Life was established on January 17th, 1994 as a life insurance company.*

**Hanwha Life memasuki pasar global di New York, London, Tokyo, Vietnam, China dan Indonesia**

*Hanwha Life entered the global market in New York, London, Tokyo, Vietnam, China and Indonesia*

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

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

2013

**Hanwha Life Insurance Korea 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**

*Hanwha Life Insurance Korea acquired PT Multicor Life Insurance to accommodate our business in Indonesia and changed its name to PT Hanwha Life Insurance Indonesia, which officially operates on 24 October 2013*



## Visi Misi & Nilai-Nilai Perusahaan

*Vision, Mission & Company Values*

### Visi

Menjadi satu dari 10 perusahaan Asuransi Jiwa terbaik pada lini keagenan di Indonesia pada tahun 2023.

### Misi

1. Menyediakan produk, layanan dan budaya yang lebih baik dari hari ke hari.
2. Melayani dengan segenap pikiran, hati, dan kekuatan.
3. Menjadi 'Life Pluser' yang menambah kebahagiaan dalam hidup nasabah, rekan bisnis, dan karyawan.
4. Sebagai 'Life Pluser' yang memberikan tambahan kebahagiaan di dalam 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.

### 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.

## Logo Perusahaan

*Company Logo*



### Tiga Lingkaran Hanwha Hanwha Tricircle

Simbol Hanwha, "tiga lingkaran", adalah kombinasi lingkaran dinamis dalam 3 nada warna berbeda. "Tiga lingkaran" adalah elemen penting dari branding korporat Hanwha untuk secara jelas mengekspresikan dan secara simbolis memvisualisasikan identitas merek korporatnya. Selain itu, dengan menyampaikan citra "pertumbuhan tanpa batas" melalui ekspresi energi yang dinamis, Hanwha memperoleh ekuitas visualnya dengan cara yang efektif.

### Komposisi Composition

Terdiri dari 3 lingkaran tanpa batas yang terus tumbuh dan berkembang melalui perubahan dan inovasi.

*It is composed of three circles limitlessly evolving and growing through constant changes and innovations..*

### Arti Meaning

Melalui kombinasi kreatif, ketiga lingkaran melambangkan nilai utama, visi dan bisnis kami: kepercayaan, saling menghargai dan inovasi. Ini juga melambangkan perkembangan Hanwha menjadi korporasi global yang berkontribusi secara seimbang kepada pertumbuhan nasabah, lingkungan dan komunitas.

*Through a creative combination, the three circles represent our core values, visions and businesses. They also visualize Hanwha evolving into a world-class corporation that contributes towards the balanced development of customers, society and humanity.*

### Ekspresi Expression

Logo Hanwha secara harmonis mengekspresikan dan juga memperlihatkan energi yang dinamis dari tiga lingkaran yang terus berkembang dan tumbuh tanpa batas.

*It harmoniously expresses an image where a dynamic energy of tricircles expands and grows limitlessly*



# Merek Lifeplus

Lifeplus Brand



LIFEPLUS adalah merek gabungan dari Grup Keuangan Hanwha (Asuransi Jiwa Hanwha, Asuransi Hanwha, Investasi & Sekuritas Hanwha, Manajemen Aset Hanwha, dan Bank Tabungan Hanwha) dengan perspektif Life Share.

Hanwha ingin membuat hidup pelanggan serta nasabah bernilai lebih dengan menghadirkan produk layanan keuangan dan non keuangan yang inovatif.

LIFEPLUS is a joint brand of Hanwha Group's Finance (Hanwha Life Insurance, Hanwha Insurance, Hanwha Investment & Securities, Hanwha Asset Management and Hanwha Bank Savings) with Life Share perspective.

Hanwha aims to add more value to the life of the customer through innovative financial and non financial services.



**MISI MEREK**  
Meningkatkan kualitas hidup

**ESENSI MEREK**  
Hidup sebagai pelayanan

**SLOGAN MEREK**  
Hidup bertemu kehidupan

**NILAI MEREK**  
Kesehatan Holistik (Finansial, Fisik, Mental, Inspirasional)

**BRAND MISSION**  
Life Enhancing

**BRAND ESSENCE**  
Life as a service

**BRAND SLOGAN**  
Life Meets Life

**BRAND VALUE**  
Holistic wellness (Financial, Physical, Mental, Inspirational)

# Kaleidoskop Kegiatan Penting

Kaleidoscope of Important Activities

## JANUARI 2022

### Agency Kick Off 2022



Mengusung tagline *ACTIVE* and *ACHIEVE* ditahun 2022, Agency Kick Off Meeting diadakan di Hotel Sheraton Belitung Resort, Bangka Belitung dan dihadiri oleh CEO, CMSO, ACH, Sales Employee, serta Core Agent. Adapun agenda tersebut adalah penyampaian *Review* dan *Business Plan* tahun 2022. Pada *Kick Off* ini di informasikan pula destinasi dari ACE CLUB, dimana ACE CLUB ini adalah salah satu ajang club bergengsi. Tahun 2023 destinasi ACE CLUB Hanwha Life adalah Amerika dan Egypt.



Carrying the tagline *ACTIVE* and *ACHIEVE* in 2022, the Agency Kick Off Meeting was held at the Sheraton Belitung Resort Hotel, Bangka Belitung and was attended by the CEO, CMSO, ACH, Sales Employees, and Core Agents. The agenda is the submission of the *Review* and *Business Plan* for 2022. In this *Kickoff*, the destination of ACE CLUB is also informed, where ACE CLUB is one of the prestigious club events. In 2023 ACE CLUB Hanwha Life's destinations are America and Egypt.

## FEBRUARI 2022

### Launching Product Hanwha SMART CI with Health Talk (Webinar)



Hanwha Life memperkenalkan Hanwha Smart CI Plus sebagai proteksi terhadap 66 penyakit kritis dan serius hingga usia 80 tahun. Produk ini diperkenalkan dalam acara *virtual health talk* cepat tanggap mengatasi situasi darurat gejala penyakit kritis (*critical illness*) dan omicron pada 10 Februari 2022. Di kesempatan itu Hanwha Life bersama Docquity turut berbagi tips pencegahan, deteksi dini, dan pertolongan pertama terhadap penyakit kritis, situasi gawat darurat dan Covid-19.



Hanwha Life introduces Hanwha Smart CI Plus as protection against 66 critical and serious illnesses up to the age of 80 years. This product was introduced in the *virtual health talk* event, quick response to address emergency situations of *critical illness* symptoms (*critical illness*) and omicron on February 10, 2022. On that occasion, Hanwha Life and Docquity also shared tips on prevention, early detection, and first aid for *critical illnesses*, situations emergency department and Covid-19.



Hanwha Smart CI Plus hadir dengan lima keunggulan untuk memproteksi keluarga Indonesia dari risiko kehidupan akibat penyakit kritis. Pertama, manfaat perlindungan dari 66 penyakit kritis dan serius hingga usia 80 tahun. Kedua, manfaat tunai akhir polis. Ketiga, opsi pembebasan pembayaran premi lanjutan dengan rider Waiver of Premium CI. Keempat, manfaat perlindungan jiwa. Kelima, fleksibilitas pembayaran premi bulanan, triwulan, semester atau tahunan.

Adapun, usia masuk tertanggung untuk Hanwha Smart CI Plus adalah 20-65 tahun dengan minimum uang pertanggungan (UP) Rp200 juta. Preminya cukup terjangkau, yakni mulai dari Rp500 ribu per bulan untuk tertanggung usia 25 tahun dengan UP Rp250 juta.

*Hanwha Smart CI Plus comes with five advantages to protect Indonesian families from the risks of life due to critical illness. First, the benefits of protection from 66 critical and serious illnesses up to the age of 80 years. Second, the final cash benefit of the policy. Third, the option of exemption from continuing premium payments with Waiver of Premium CI riders. Fourth, the benefits of life protection. Fifth, the flexibility of monthly, quarterly, semester or annual premium payments.*

*Meanwhile, the age of entry for the insured for Hanwha Smart CI Plus is 20-65 years with a minimum sum insured (UP) of IDR 200 million. The premium is quite affordable, starting from IDR 500 thousand per month for an insured aged 25 with a UP of IDR 250 million.*

### Grand Opening General Agency Office – Mercy Tuban



Hanwha Life Indonesia semakin bertumbuh dan berkembang di tahun 2022 dengan hadirnya *General Agency Office (GAO) Mercy Tuban* yang diresmikan pada 22 Februari lalu.

Dihadiri oleh CEO Hanwha Life Indonesia, Bapak Yeom Kyung Seon, Chief of Marketing Strategy Officer, Bapak Namkoong Hoon, Agency Channel Head, Bapak Uumbu Prabawa, National Director, Bapak Daniel Setiawan, Head of Priority Marketing, Bapak Joko Supriyanto, Owner GAO Mercy Tuban, Bapak Hari Wibowo dan Deputy Head Priority Marketing, Ibu Ervina. Acara berlangsung meriah dengan pemotongan tumpeng dan pita secara simbolik oleh jajaran manajemen.

GAO Mercy Tuban diharapkan dapat mengakomodir kebutuhan perlindungan Kesehatan dan jiwa bagi para nasabah dan calon nasabah khususnya di area Jawa Timur. Hal ini juga menjadi bukti bahwa Hanwha Life Indonesia secara konsisten melakukan pengembangan bisnis dan memperluas pasar agar semakin cepat meraih posisi 10 besar Perusahaan Asuransi Jiwa pada tahun 2023.



*Hanwha Life Indonesia continues to grow and develop in 2022 with the presence of the General Agency Office (GAO) Mercy Tuban which was inaugurated on 22 February.*

*Attended by the CEO of Hanwha Life Indonesia, Mr. Yeom Kyung Seon, Chief of Marketing Strategy Officer, Mr. Namkoong Hoon, Agency Channel Head, Mr. Uumbu Prabawa, National Director, Mr. Daniel Setiawan, Head of Priority Marketing, Mr. Joko Supriyanto, Owner of GAO Mercy Tuban, Mr. Hari Wibowo and Deputy Head of Priority Marketing, Ms. Ervina. The management's symbolic cutting of the tumpeng and ribbons liven up the ceremony.*

*GAO Mercy Tuban is expected to be able to accommodate health and life protection needs for customers and prospective customers, especially in the East Java area. This is also proof that Hanwha Life Indonesia consistently develops its business and expands its market so that it can quickly reach the position of the top 10 life insurance companies in 2023.*

## MARET 2022

### Grand Opening General Agency Office – Miracle Jakarta



Hanwha Life Indonesia menambah *General Agency Office (GAO)*, yakni GAO Miracle Jakarta dan melakukan peresmian pada 2 Maret 2022, berlokasi di Ruko Golf Lake Venice 21 Cengkareng, Jakarta. Acara yang di hadiri dan diresmikan oleh CEO Hanwha Life Indonesia, Bapak Yeom Kyung Seon, Agency Channel Head, Bapak Uumbu Prabawa, Regional Head Metro 3, Bapak Rully Syahril, dan Owner GAO Miracle Ibu Misa Saptiana Sally di buka dengan opening speech, pemotongan pita dan tumpeng sebagai simbolis, diharapkan GAO Mircale ini dapat semakin dekat untuk menjangkau kebutuhan Nasabah.

*Hanwha Life Indonesia added its General Agency Office (GAO), i.e. GAO Miracle Jakarta and officially launched on March 2, 2022, located at Ruko Golf Lake Venice 21 Cengkareng, Jakarta. The event which was attended and inaugurated by the CEO of Hanwha Life Indonesia, Mr. Yeom Kyung Seon, Agency Channel Head, Mr. Uumbu Prabawa, Regional Head Metro 3 Mr. Rully Syahril, and GAO Miracle Owner Mrs. Misa Saptiana Sally was opened with an opening speech, cutting the ribbon and a tumpeng as a symbol, it is hoped that GAO Mircale will be able to cater customer's needs.*

### Grand Opening General Agency Office – Mercy Tiger, Surabaya



Melanjutkan komitmen Hanwha Life Indonesia untuk dapat menjangkau seluruh masyarakat Indonesia dari Sabang hingga Merauke, *General Agency Office* yang ke- 9, yakni GAO Mercy Tiger Surabaya secara resmi di buka melalui seremoni yang telah dilaksanakan pada 25 Maret lalu.

Acara yang berlokasi di Ruko San Antonio Blok N1 No.52 Pakuwon City Kel. Kalisari, Kec. Mulyorejo – Surabaya berlangsung secara meriah, para tamu VIP, seperti Bapak Namkoong Hoon selaku *Chief Marketing Strategy Officer*, Bapak Joko Supriyanto selaku *Head of Priority Marketing*, dan Ibu Esther selaku owner GAO Mercy Tiger Surabaya di sematkan kalung bunga oleh para penari yang menjadi penanda dimulainya acara. Selain pemotongan pita dan tumpeng secara simbolis yang menjadi khas dari Hanwha Life Indonesia, acara di tutup dengan doa dan sesi foto yang di harapkan dapat menjadi berkah untuk GAO.

*Continuing Hanwha Life Indonesia's commitment to be able to reach all Indonesian people from Sabang to Merauke, GAO Mercy Tiger Surabaya, was officially launched as the 9th General Agency Office through a ceremony which was held on March 25.*

*The event which was located at Ruko San Antonio Block N1 No. 52 Pakuwon City Kel. Kalisari, Kec. Mulyorejo – Surabaya took place in a lively manner, VIP guests, such as Mr. Namkoong Hoon as Chief Marketing Strategy Officer, Mr. Joko Supriyanto as Head of Priority Marketing, and Mrs. Esther as owner of GAO Mercy Tiger Surabaya were pinned with flower garlands by the dancers which marked the start program. In addition to the symbolic cutting of the ribbon and tumpeng which are the hallmarks of Hanwha Life, the event was ended with a prayer and a photo session which is expected to be a blessing for GAO.*



### Running Together



Setelah beberapa waktu aktifitas *offline* dibatasi akibat pandemic Covid-19, akhirnya untuk pertama kali Hanwha Life Indonesia menggelar acara "Running Together" pada 18 Maret 2022 yang diadakan di area Stadion Utama, Gelora Bung Karno, Jakarta.

Mengajak Karyawan, *Sales Employee* dan Agent Jabodetabek, acara yang bertujuan untuk meningkatkan kebersamaan dan Kesehatan ini di mulai pukul 18:30 WIB dan dikemas secara *fun* dengan pemberian *Gold Button* untuk Finisher pertama, kedua dan ketiga.

*After temporarily restricted due to the Covid-19 pandemic, for the first time in a while, Hanwha Life Indonesia has finally held an offline event, "Running Together". The event was held in the Main Stadium area, Gelora Bung Karno, Jakarta on March 18, 2022.*

*Inviting Employees, Sales Employees and Jabodetabek Agents, the event which aims to increase togetherness and health starts at 18:30 WIB and is packaged in a fun way by giving Gold Buttons for the first, second and third Finishers.*

### Hanwha Life Won Indonesia 7th Digital Innovation Awards 2022



Hanwha Life Indonesia berhasil meraih penghargaan pada "Indonesia 7th Digital Innovation Awards 2022" yang di selenggarakan oleh Warta Ekonomi pada 31 Maret 2022.

Diadakan secara *online*, Bapak Yeom Kyung Seon selaku CEO dari Hanwha Life Indonesia menerima penghargaan sebagai "The Most Innovative Life Insurance for The Implementation of Digital Technology for Business Ecosystem Development" atas konsistensi dalam mengembangkan produk serta layanan secara digital melalui aplikasi Hanwha SMART yang memudahkan nasabah dalam mengakses polis secara digital, layanan E-Clinic yang bekerjasama dengan Docquity sebagai satusatunya layanan *telemedicine* berbasis video, dan Life+ point sebagai aplikasi yang diperuntukan pada *Loyal Customers* dengan memberikan keuntungan extra berupa poin yang dapat di tukarkan di ratusan merchant.

*Hanwha Life Indonesia won an award at the "Indonesia 7th Digital Innovation Awards 2022" which was organized by Warta Ekonomi on March 31, 2022.*

*Held online, Mr. Yeom Kyung Seon as the CEO of Hanwha Life Indonesia received an award as "The Most Innovative Life Insurance for The Implementation of Digital Technology for Business Ecosystem Development" for his consistency in developing products and services digitally through the Hanwha SMART application which makes it easy for customers in accessing digital policies, E-Clinic services in collaboration with Docquity as the only video-based telemedicine service, and Life+ point as an application intended for Loyal Customers by providing extra benefits in the form of points that can be exchanged at hundreds of merchants.*

### APRIL 2022

### Spirit Ceremony – Sales Office Central Java



Bertepatan dengan Hanwha *Amazing Monday Meeting* (HAM) pada 18 April di kantor *Sales Office* Semarang sebagai representasi *Central Java*, Hanwha Life meluncurkan *Mobile Advertisement* dengan total 104 Mobil dan 52 Motor yang menjangkau area Semarang, Yogyakarta dan Solo. Peluncuran kali ini di tandai dengan *confetti* dan foto bersama dan ditutup dengan pembagian takjil gratis kepada para pengendara yang berlalu-lalang di depan *Sales Office* Semarang oleh team Hanwha Life Indonesia.

Mobile advertisement dengan icon Mr. Han dan tagline Asuransi dari Korea ini akan terus mengelilingi ketiga kota yang telah di mulai dari 11 April hingga 10 Mei 2022 nanti. Bagi yang berdomisili atau Mudik ke Semarang, Yogyakarta dan Solo pada periode tersebut, dapat mengikuti program "Catch the Ads" yang di mulai pada tanggal 25 April hingga 10 Mei 2022 dan mengajak masyarakat atau siapa saja untuk mengabadikan lewat foto dan posting di Instagram dengan hadiah total senilai Rp 2 juta.



*Coinciding with the Hanwha Amazing Monday Meeting (HAM) on April 18, at the Semarang Sales Office as a representative for Central Java, Hanwha Life launched Mobile Advertisement with a total of 104 cars and 52 motorbikes covering the Semarang, Yogyakarta and Solo areas. The launch this time was marked with confetti and a group photo and closed with the distribution of free takjil to motorists passing by in front of the Semarang Sales Office by the Hanwha Life Indonesia team.*

*The mobile advertisement with the Mr. Han icon and the insurance tagline from Korea will continue to circle the three cities starting from April 11 to May 10, 2022. For those who live or travel to Semarang, Yogyakarta and Solo during this period, they can take part in the "Catch the Ads" program which starts from April 25 to May 10, 2022, and invites the public or anyone to capture it through photos and posts on Instagram with prizes amounted to IDR 2 million rupiah.*

### Pop Up Booth at Brastagi Supermarket Medan



Hanwha Life Indonesia mempermudah masyarakat Medan untuk mendapatkan konsultasi seputar keuangan dan kebutuhan asuransi dengan membuka pop up booth di Brastagi Swalayan, Tiara Medan pada 3 periode yakni 11 – 17 April 2022, 09-22 Mei 2022, dan 20 Juni – 03 Juli 2022.

Antusias yang besar ditunjukkan oleh masyarakat yang menerima shopping bag dan hadiah menarik yang diberikan kepada mereka yang mengunjungi pop up booth tersebut. Hal ini tentunya juga semakin meningkatkan *brand awareness* Hanwha Life Indonesia di Medan.

*Hanwha Life Indonesia makes it easier for the Medan customers to get consultations about their finances and insurance needs by opening a pop-up booth at Brastagi Swalayan, Tiara Medan for 3 periods, namely 11-17 April 2022, 09-22 May 2022, and 20 June - 03 July 2022.*

*Great enthusiasm was shown by the people who received shopping bags and attractive prizes given to those who visited the booth. More than 500 merchandise sold out during the opening of the pop-up booth. This of course also increases Hanwha Life Indonesia's brand awareness in Medan.*



MEI 2022

**Hanwha Life Received Indonesian Korean Brand Award 2022**



Hanwha Life Insurance Indonesia menerima penghargaan Silver Champion kategori Financial Services pada 21 Mei 2022 dalam acara Indonesian K-Brand Award 2022 yang diadakan untuk pertama kalinya oleh MarkPlus, Inc. bersama KIMA Korea Indonesia Management Association (KIMA).

Penghargaan yang diterima langsung oleh Chief Marketing Strategy Officer, Bapak Namkoong Hoon ini diberikan atas hasil evaluasi yang dilakukan terhadap berbagai brand Korea yang ada di Indonesia berdasarkan beberapa indikator seperti customer targeting, positioning, sales performance, dan brand equity.

Indonesian K-Brand Award 2022 merupakan bagian dari rangkaian acara Jakarta Marketing Week 2022 di Mal Kota Kasablanka yang dibuka dengan sambutan virtual dari Duta Besar Indonesia untuk Korea Gandi Sulistiyanto, Duta Besar Korea untuk Indonesia Park Tae-sung, dan Presiden KIMA Korea Kim Ki-chan.

Penghargaan ini menjadi suatu apresiasi dan kebahagiaan bagi Hanwha Life atas usaha dalam menghadirkan pelayanan dan inovasi terbaik untuk masyarakat Indonesia.



*Hanwha Life Insurance Indonesia received the Silver Champion award for the Financial Services category on May 21, 2022 at the Indonesian K-Brand Award 2022 which was held for the first time by MarkPlus, Inc. with KIMA Korea Indonesia Management Association (KIMA).*

*The award received directly by the Chief Marketing Strategy Officer, Mr. Namkoong Hoon was awarded for the evaluation results conducted on various Korean brands in Indonesia based on several indicators such as customer targeting, positioning, sales performance, and brand equity.*

*The Indonesian K-Brand Award 2022 is part of a series of events for the Jakarta Marketing Week 2022 at Kota Kasablanka Mall which was opened with virtual remarks from the Indonesian Ambassador to Korea Gandi Sulistiyanto, the Korean Ambassador to Indonesia Park Tae-sung, and the President of KIMA Korea Kim Ki- chan.*

*This award is an appreciation and happiness for Hanwha Life for its efforts in presenting the best service and innovation for the people of Indonesia.*

**Grand Opening General Agency Office – Spirit of Hope Serpong**



Sejalan dengan komitmen untuk terus tumbuh dan berkembang menjangkau seluruh masyarakat Indonesia, Hanwha Life Indonesia melalui General Agency Office yang ke-10, pada 20 Mei 2022 meresmikan GAO Spirit of Hope Serpong yang berlokasi di Serpong, di Ruko North Solvang Square No.29, Gading Serpong, Tangerang.

Peresmian yang di hadiri oleh CEO Hanwha Life Indonesia, Bapak Yeom Kyung Seon, Agency Channel Head, Bapak Umbu Prabawa, B2B Channel Head, Bapak Daniel Setiawan B P, Regional Head Metro 2, Ibu Lina Sanfarina dan owner dari Spirit of Hope Serpong, Bapak Irwan berlangsung lancar dan meriah dengan melalui pengguntingan pita bunga, pemotongan tumpeng dan acara hiburan tarian nandak betawi. Dengan bertambahnya GAO Spirit of Hope Serpong, Hanwha Life Indonesia siap memberikan pelayanan dan inovasi terbaik kepada nasabah khususnya yang berada di daerah sekitar Tangerang.



*In line with the commitment to continue to grow and develop to reach all Indonesian people, Hanwha Life Indonesia through its 10th General Agency Office, on 20 May 2022 inaugurated the GAO Spirit of Hope Serpong located in Serpong, at Ruko North Solvang Square No.29, Gading Serpong, Tangerang.*

*The inauguration was attended by the CEO of Hanwha Life Indonesia, Mr. Yeom Kyung Seon, Agency Channel Head, Mr. Umbu Prabawa, B2B Channel Head, Mr. Daniel Setiawan BP, Regional Head Metro 2, Mrs. Lina Sanfarina and owner of Spirit of Hope Serpong, Mr. Irwan took place smoothly and lively by cutting the flower ribbon, cutting the tumpeng and the entertainment of the Betawi ndak dance. With the addition of GAO Spirit of Hope Serpong, Hanwha Life Indonesia is ready to provide the best service and innovation to customers, especially those in the area around Tangerang.*

JUNI 2022

## Hanwha Appreciation Night (HAN 2022)



Hanwha Appreciation Night (HAN) merupakan acara bergengsi yang selalu ditunggu-tunggu oleh semua Sales Force dan Regional Development Manager Hanwha Life Indonesia.

HAN 2022 mengusung tema G30 Grateful, Genuine, Grow. Arti dari G30 itu sendiri adalah 30 orang Sales Force terbaik Hanwha Life dalam kategori pada Qualifier ACE Club, MDRT dan Top Agent. Grateful agar kita bersyukur karena dapat berkumpul kembali di acara HAN tahun ini Genuine dengan loyalitas para Top Agent dapat mencapai hasil maksimal Grow diharapkan semua dapat tumbuh dan sukses bersama di 2022.

Tujuan dari HAN itu sendiri untuk memberikan apresiasi kepada Sales Force, Regional Development Manager, dan Sales Employee. Tujuan lainnya juga ingin memberikan semangat dan dorongan agar melakukan yang terbaik setiap tahunnya. HAN juga dapat disebut sebagai pemberian penghargaan yang akan berdampak baik bagi perusahaan. Para peserta akan mengetahui mana yang telah baik sehingga harus terus dipertahankan dan mana yang harus ditingkatkan. HAN dilaksanakan pada tanggal 16 Juni 2022 di Dialog Hotel, Banyuwangi dengan protocol kesehatan yang dihadiri oleh CEO, CMSO, ACH, serta Sales Employee dengan pencapaian terbaik.

Di akhir acara, peserta juga berkomitmen untuk selalu bekerjasama untuk membuat Hanwha Life yang cepat dalam melakukan inovasi agar dapat membanggakan dan menyuarkan sebagai perusahaan asuransi jiwa dengan tujuan semua kalangan masyarakat Indonesia dapat memiliki perlindungan untuk diri dan keluarganya.



*Hanwha Appreciation Night (HAN) is a prestigious event that all Sales Force and Regional Development Managers of Hanwha Life Indonesia.*

*HAN 2022 carries the G30 Grateful, Genuine, Grow theme. The meaning of the G30 itself is Hanwha Life's 30 best Sales Force in the category of Qualifier ACE Club, MDRT and Top Agent. Grateful means that we are grateful for being able to gather again at this year's HAN event. Genuine means that with the loyalty of the Top Agents can achieve maximum results. Grow means that it is hoped that all can grow and be successful together in 2022.*

*The purpose of HAN itself is to give appreciation to the Sales Force, Regional Development Managers, and Sales Employees. Another goal is to give consolation and encouragement to do your best every year. HAN can also be referred to as giving awards that will have a good impact on the company. The participants will know which ones are already good so that they must be maintained, and which ones must be improved. HAN was held on June 16, 2022, at the Dialog Hotel, Banyuwangi with a health protocol and attended by CEO, CMSO, ACH, and Sales Employees with the best achievements.*

*At the end of the event, participants also committed to always work together to make Hanwha Life fast in innovating so that it can be proud of and voiced as a life insurance company with the aim that all Indonesian people can have protection for themselves and their families.*

## Rebranding Youtube Channel "Hanwha Chingu"



Sejalan dengan Brand Strategy Program 2022 dalam meningkatkan dan menumbuhkan Brand Awareness Hanwha Life melalui Pilar Digitalization yang berfokus pada media sosial khususnya Youtube. Pada bulan Juni 2022 Hanwha Life mengubah nama youtube channelnya menjadi Hanwha Chingu (teman Hanwha).

Perubahan ini diharapkan dapat memberikan warna baru melalui konten-konten yang tidak hanya edukatif namun juga menghibur dan bisa lebih dekat kepada seluruh kalangan masyarakat. Hal ini didorong oleh kondisi dan situasi saat ini dimana masyarakat Indonesia kebanyakan menggunakan smartphonenya untuk beraktivitas sehari-hari, termasuk sebagai sarana hiburan dengan melihat tayangan-tayangan melalui streaming platform.

Beberapa program terbaru seperti "Hanterview", "Soo Bin Vlog", dan beberapa program Internal lainnya siap menghiasi hari-hari para penonton semuanya. Hanterview adalah program yang memberikan edukasi dan informasi mengenai bagaimana para pemilik usaha dan tokoh penting "Korean Business" di Indonesia menghadapi tantangan dalam berbisnis, bekerja dan membuat strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan mereka. Anda akan mendapatkan banyak pengetahuan dari para profesional tentang bisnis yang dapat menjadi bahan pelajaran bagi Anda yang ingin memulai bisnis.

Sedangkan melalui "Hantravelling with Soobin", Anda akan di bawa jalan-jalan virtual ke korea selatan dan mengenal lebih jauh tempat-tempat wisata rekomendasi termasuk mengenal lebih jauh tentang bisnis Hanwha grup di bidang resort. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan penonton akan nama besar Hanwha Grup sebagai pemilik dari Hanwha Life.

Program internal lainnya juga tidak akan kalah seru. Anda akan diajak mengenal lebih jauh Hanwha Life Indonesia melalui kegiatan Internal melalui tayangan yang akan di kemas secara Fun dan menarik.

*In line with the 2022 Brand Strategy Program in improving and growing Hanwha Life's Brand Awareness through the Digitalization Pillar which focuses on social media, especially Youtube. In June 2022 Hanwha Life changed the name of its youtube channel to Hanwha Chingu (Hanwha's friend).*

*This change is expected to provide a new color through content that is not only educational but also entertaining and can be closer to all levels of society. This is driven by the current conditions and situation where most Indonesian people use their smartphones for their daily activities, including as a means of entertainment by viewing shows through streaming platforms.*

*Some of the latest programs such as "Hanterview", "Soo Bin Vlog", and several other internal programs are ready to decorate the days of all the viewers. Hanterview is a program that provides education and information about how business owners and important figures of "Korean Business" in Indonesia face challenges in doing business, working and creating marketing strategies to increase their sales. You will get a lot of knowledge from the professional about business which can be a lesson for those of you who want to start a business.*

*Meanwhile, through "Hantravelling with Soobin", you will be taken on a virtual trip to South Korea and get to know more about recommended tourist spots, including getting to know more about the Hanwha group's business in the resort sector. This is expected to increase the audience's trust in the big-name Hanwha Group as the owner of Hanwha Life.*

*Other internal programs will also be no less exciting. You will be invited to get to know more about Hanwha Life Indonesia through internal activities through broadcasts that will be packaged in a fun and interesting way.*



JULI 2022

CSR Visiting by HQ, LISCC, dan WVK



Salah satu bentuk tanggung jawab sosial perusahaan yang diwujudkan melalui keterlibatan dan pengembangan komunitas melalui Program tanggung jawab sosial perusahaan (Corporate Social Responsibility/CSR) telah menjadi pendekatan yang tepat bagi entitas Hanwha Life Indonesia.

Saat ini program CSR yang sudah dibangun Hanwha Life adalah pembangunan RPTRA (Ruang Publik Terpadu Ramah Anak) dan PUSPA (Pusat Pelayanan Keluarga) atau Center of Excellence in Family Happiness. RPTRA yang sudah dibangun Hanwha Life ada di beberapa lokasi Jakarta Timur diantaranya:

- RPTRA Jakateratai di Jatinegara
- RPTRA Angrek di Cempaka Putih
- RPTRA Kayu Mas di Pulo Gadung
- RPTRA Vlaboean di Klender
- PUSPA di Gedung DPPAPP (Dinas Pemberdayaan, Perlindungan Anak dan Pengendalian Penduduk) Cempaka Putih, Jakarta Timur.

Kerjasama dalam pembangunan RPTRA dan PUSPA ini melibatkan beberapa pihak diantaranya Hanwha Life Korea, Hanwha Life Indonesia, Life Insurance Social Contribution Committee (LISCC) Korea, Wahana Visi Korea, dan Wahana Visi Indonesia.

Beberapa pekan lalu pihak-pihak ini melakukan kunjungan kerja ke PUSPA dan RPTRA Vlaboean. Adapun agenda kunjungan ini dilaksanakan dalam rangka studi banding dan sharing informasi terkait tata kelola/ pengembangan program CSR terutama pada program PUSPA yang tahun ini baru menyelesaikan pembangunan. Choi Kyu Seok selaku Head of CSR Department Hanwha Life Korea beserta semua pihak, sama-sama berharap bahwa kiranya kunjungan ini dapat memberikan manfaat serta berbagai informasi yang diperoleh dan dipergunakan bahkan diterapkan untuk keperluan komunikasi satu arah yang nantinya PUSPA dan RPTRA akan memberikan dampak positif dalam mendekatkan pelayanan publik sehingga kehadiran pemerintah dapat dirasakan langsung oleh masyarakat.

Harapan lainnya dari pembangunan PUSPA dan RPTRA nantinya juga diharapkan dapat meningkatkan hubungan baik antara Hanwha Life dengan lingkungan sosial serta kesejahteraan dan kehidupan sosial ekonomi masyarakat di sekitar perusahaan akan lebih baik. Kondisi tersebut pada akhirnya akan membuat proses produksi dan pemasaran produk yang dihasilkan oleh Hanwha Life akan berjalan lancar dan dapat diterima masyarakat luas dengan hasil yang maksimal.



One form of corporate social responsibility that is manifested through community involvement and development through the Corporate Social Responsibility (CSR) program has become the right approach for the Hanwha Life Indonesia entity.

Currently, the CSR programs that have been developed by Hanwha Life are the construction of RPTRA (Kids-Friendly Integrated Public Space) and PUSPA (Family Service Center) or Center of Excellence in Family Happiness. RPTRAs that have been built by Hanwha Life are in several locations in East Jakarta including:

- Jakateratai RPTRA in Jatinegara
- RPTRA Angrek in Cempaka Putih
- RPTRA Kayu Mas in Pulo Gadung
- Vlaboean RPTRA in Klender
- PUSPA in the DPPAPP (Empowerment, Child Protection and Population Control Agency) Building, Cempaka Putih, East Jakarta.

The collaboration in developing RPTRA and PUSPA involved several parties including Hanwha Life Korea, Hanwha Life Indonesia, Life Insurance Social Contribution Committee (LISCC) Korea, Wahana Visi Korea, and Wahana Visi Indonesia.

Several weeks ago these parties made a working visit to PUSPA and RPTRA Vlaboean. The agenda for this visit was carried out in the framework of a comparative study and information sharing related to CSR program management/development, especially the PUSPA program which this year has just completed construction. Choi Kyu Seok as the Head of CSR Department of Hanwha Life Korea and all parties, both hope that this visit can provide benefits and various information obtained and used and even applied for one-way communication purposes that later PUSPA and RPTRA will have a positive impact on bringing public services closer so that the government's presence can be felt directly by the community.

It is also hoped that the development of PUSPA and RPTRA will improve good relations between Hanwha Life and the social environment, and that the welfare and socio-economic life of the people around the company will be better. These conditions will ultimately make the production and marketing process of products produced by Hanwha Life run smoothly and be accepted by the wider community with maximum results.

Launching of PUSPA (Centre of Excellence in Family Happiness)



PUSPA atau Pusat Pelayanan Keluarga (Center of Excellence in Family Happiness) adalah sarana dan prasarana untuk melakukan kegiatan Pelayanan Kesejahteraan Keluarga, serta pengelolaan Data Keluarga Satu Pintu yang dimiliki dan dikelola oleh Dinas PPAPP DKI Jakarta yang berkolaborasi dengan Hanwha Life Indonesia dan kini sudah dapat dinikmati masyarakat khususnya masyarakat wilayah Jakarta Timur.

Gubernur DKI Jakarta, Anies Baswedan bersama Ketua Tim Penggerak Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga (TP PKK) DKI Jakarta, Fery Farhati meresmikan PUSPA dalam acara Jakarta Menyapa pada 16 Juli 2022 di Jakarta International Stadium. Peresmian ini juga dihadiri oleh CMSO Hanwha Life Insurance Indonesia, Namkoong Hoon dan Kepala Dinas PPAPP DKI Jakarta, Tuty Kusumawati.

Hanwha Life telah menyelesaikan pembangunan dan melakukan serah terima sarana dan prasarana PUSPA kepada Dinas PPAPP dan Pemprov DKI Jakarta pada Kuartal II 2022. Harapan dari Hanwha Life Indonesia dalam program CSR PUSPA ini adalah ingin membuat Jakarta memiliki lebih banyak ruang ramah keluarga sekaligus mendukung berbagai program Dinas PPAPP, TP PKK, dan Pemprov DKI Jakarta. Semoga masyarakat Jakarta dapat menikmati serta menjaga fasilitas dan layanan PUSPA dengan baik.

Pusat Pelayanan Keluarga (PUSPA) yang berlokasi di lantai 8 kantor Dinas PPAPP DKI Jakarta, Jl. Jend. Ahmad Yani Kav.64, Cempaka Putih, Jakarta Pusat, dilengkapi dengan teknologi digital terkini, desain interior minimalis, ramah anak dan keluarga, juga ramah difabel. Memiliki area seluas 262-meter persegi, beberapa fasilitas yang ada di PUSPA misalnya command center, studio produksi konten digital dan podcast, coworking space, tempat bermain anak dan ruang konseling keluarga.

PUSPA or Center for Family Services (Center of Excellence in Family Happiness) is a facility and infrastructure for carrying out Family Welfare Service activities, as well as One Stop Family Data management owned and managed by the DKI Jakarta PPAPP Agency in collaboration with Hanwha Life Indonesia and is now available for use the community, especially the people of the East Jakarta area.

The Governor of DKI Jakarta, Anies Baswedan together with the Head of the DKI Jakarta Empowerment and Family Welfare Mobilization Team (TP PKK), Fery Farhati inaugurated PUSPA in the Jakarta Menyapa event on July 16, 2022 at the Jakarta International Stadium. The inauguration was also attended by CMSO Hanwha Life Insurance Indonesia, Namkoong Hoon and Head of the DKI Jakarta PPAPP Agency, Tuty Kusumawati.

Hanwha Life has completed construction and handed over PUSPA facilities and infrastructure to the PPAPP Agency and DKI Jakarta Provincial Government in the second quarter of 2022. The hope of Hanwha Life Indonesia in this PUSPA CSR program is to make Jakarta have more family-friendly spaces while at the same time supporting various PPAPP Agency programs, TP PKK, and Provincial Government of DKI Jakarta. Hopefully the people of Jakarta can enjoy and maintain PUSPA's facilities and services properly.

Family Service Center (PUSPA) located on the 8th floor of the DKI Jakarta PPAPP Agency, Jl. Gen. Ahmad Yani Kav.64, Cempaka Putih, Central Jakarta, equipped with the latest digital technology, minimalist interior design, kids and family friendly, also disabled friendly. With the area of 262-sqm, several facilities at PUSPA, such as a command center, a digital content and podcast production studio, a coworking space, a children's playground and a family counseling room.



AGUSTUS 2022

## Event Hadiahkan Cinta at RPTRA Vlaboean



Melanjutkan kerjasama Hanwha Life Indonesia dengan Ruang Publik Terpadu Ramah Anak (RPTRA) pada program CSR bersama RPTRA Vlaboean, Jakarta Timur, Hanwha Life Indonesia melakukan program Literasi Keuangan yang bertemakan "Hadiahkan Cinta untuk anak RPTRA".

Sesuai dengan tema "Hadiahkan Cinta", program CSR tahun ini memberikan cinta dengan mengajak anak-anak dari RPTRA Vlaboean belajar mengenai asuransi sejak dini yang disebut dengan Literasi Keuangan. Literasi Keuangan merupakan bagian dari tanggung jawab Hanwha Life Indonesia untuk mendukung OJK dalam menembus pengetahuan tentang keuangan dan asuransi.

Pemberian materi literasi ini juga dilakukan dengan unik, karena pesertanya masih usia 7-12 tahun maka dikemas dengan bentuk video yang ditonton oleh anak-anak di RPTRA yang kemudian diceritakan kembali oleh Vinita Susane. Anak-anak RPTRA terlihat senang dan antusias terhadap cerita yang disampaikan Vinita. "Hadiahkan Cinta untuk anak RPTRA" dihadiri oleh perwakilan manajemen, yaitu Han Changwoo dan juga Kepala Dinas PPAPP, Tuty Kusumawati, dan dimenangkan dengan tarian pembuka dari Sanggar Tari RPTRA Vlaboean.

Hanwha Buddy atau karyawan yang menjadi volunteer dari Hanwha Life Indonesia berperan penting pada acara ini. Hanwha Buddy menunjukkan rasa peduli dan tanggung jawab terhadap anak-anak di RPTRA Vlaboean.

*Continuing Hanwha Life Indonesia's collaboration with Kids-Friendly Integrated Public Space (RPTRA) in the CSR program with RPTRA Vlaboean, East Jakarta, Hanwha Life Indonesia is conducting a Financial Literacy program with the theme "Hadiahkan Cinta untuk anak RPTRA."*

*In accordance with the theme "Hadiahkan Cinta", this year's CSR program gives love by inviting children from RPTRA Vlaboean to gain knowledge regarding insurance from an early age which is called Financial Literacy. Financial Literacy is part of Hanwha Life Indonesia's responsibility to support OJK in penetrating knowledge about finance and insurance.*

*The delivery of this literacy material was also carried out in a unique way, because the participants were aged 7-12 years, so it was packaged in a video that was watched by RPTRA children which was then retold by Vinita Susane. Children in RPTRA was very happy and enthusiastic about the stories told by Vinita. "Hadiahkan Cinta for RPTRA Children" was attended by management representatives, Han Changwoo and the Head of the PPAPP Agency, Tuty Kusumawati, and was enlivened by an opening dance from the RPTRA Vlaboean Dance Studio.*

*Hanwha Buddy or employees who are volunteers from Hanwha Life Indonesia play an important role in this event. Hanwha Buddy shows a sense of care and responsibility for the children in RPTRA Vlaboean.*

## Grand Opening General Agency Office – Mercy PRIOR PIK



Hanwha Life Indonesia telah meresmikan General Agency Office Mercy Prior pada tanggal 18 Agustus 2022 yang berlokasi di Ruko Cordoba Blok D-12, Pantai Indah Kapuk, Jl. Marina Raya - Jakarta Utara. Berlangsung secara meriah, acara ini di hadiri oleh Namkoong Hoon selaku Chief Marketing Strategy Officer, Joko Supriyanto selaku Head of Priority Marketing, Ervinna Kristyaningsih selaku Deputy Head of Priority Marketing, Yulline Tendean selaku founder Mercy Prior, Umbu Prabawa selaku Agency Channel Head, Rully Syahrial selaku Regional Head Metro 3, Dewi Sukmawati selaku Regional Head Metro 4.

Juga dilakukan prosesi pemotongan pita dan tumpeng secara simbolis yang menjadi khas dari Hanwha Life, acara di tutup dengan pelepasan burung merpati yang menggambarkan sebagai wujud kemerdekaan, selain itu juga sebagai bentuk inovasi untuk terus terbang dan berprestasi, dan foto bersama.

Dengan dibukanya GAO Mercy Prior di harapkan Hanwha Life Indonesia semakin dekat untuk memenuhi kebutuhan nasabah.

*Hanwha Life Indonesia telah meresmikan General Agency Office Mercy Prior pada tanggal 18 Agustus 2022 yang berlokasi di Ruko Cordoba Blok D-12, Pantai Indah Kapuk, Jl. Marina Raya - Jakarta Utara. Berlangsung secara meriah, acara ini di hadiri oleh Namkoong Hoon selaku Chief Marketing Strategy Officer, Joko Supriyanto selaku Head of Priority Marketing, Ervinna Kristyaningsih selaku Deputy Head of Priority Marketing, Yulline Tendean selaku founder Mercy Prior, Umbu Prabawa selaku Agency Channel Head, Rully Syahrial selaku Regional Head Metro 3, Dewi Sukmawati selaku Regional Head Metro 4.*

*Juga dilakukan prosesi pemotongan pita dan tumpeng secara simbolis yang menjadi khas dari Hanwha Life, acara di tutup dengan pelepasan burung merpati yang menggambarkan sebagai wujud kemerdekaan, selain itu juga sebagai bentuk inovasi untuk terus terbang dan berprestasi, dan foto bersama.*

*Dengan dibukanya GAO Mercy Prior di harapkan Hanwha Life Indonesia semakin dekat untuk memenuhi kebutuhan nasabah.*



SEPTEMBER 2022

**Hanwha Life Received Top GRC Awards 2022**



Prestasi membanggakan berhasil ditorehkan oleh Hanwha Life Indonesia. Dalam ajang bergengsi TOP GRC Awards 2022, Hanwha Life Indonesia berhasil 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 Hanwha Life Indonesia. Dalam acara penerimaan penghargaan The Most Committed GRC Leader 2022 tersebut diwakili oleh Namkoong Hoon sebagai Direktur Utama & Chief Executive Officer Hanwha Life Insurance Indonesia.

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



*Hanwha Life Indonesia has made a magnificent achievement. In the prestigious TOP GRC Awards 2022, Hanwha Life Indonesia managed to win two awards at once.*

*The two awards are "TOP GRC Awards 2022 # 4 Stars" and "The Most Committed GRC Leader 2022" which were given to the President Director of Hanwha Life Indonesia. The Most Committed GRC Leader 2022 award ceremony was represented by Namkoong Hoon as President Director & Chief Executive Officer of Hanwha Life Insurance Indonesia.*

*Hanwha Life Indonesia received a Very Good rating in the Top GRC Awards 2022 due to its ability to have a system, infrastructure and good implementation of corporate governance, risk management and compliance, as well as the use of digital technology that can support the successful implementation of GRC and improve the Company's sustainable business performance. Hanwha Life is also considered to have leaders who are highly committed to the successful implementation of GRC in the Company.*

*The award given to Hanwha Life Indonesia because of the commitment and consistency of Hanwha Life Indonesia's management in implementing governance, risk management and compliance management (GRC) in the Company. It is this commitment that maintain the good performance of Hanwha Life Indonesia's business and service amid the Covid-19 pandemic.*

**Grand Opening Dream Plus Center Bandung**



Hanwha Life Indonesia telah meresmikan Dream Plus Center Bandung pada tanggal 14 September 2022 yang beralamatkan di Gedung Wisma Bumiputera, Bandung.

Acara ini berlangsung secara meriah dan di hadiri oleh Joko Supriyanto selaku Head of Priority Marketing, Djati Sutanto selaku VP Premier, Umbu Prabawa selaku Agency Channel Head, Han Changwoo selaku Chief Marketing Strategy Officer, dan diakhiri dengan video sambutan oleh Direktur Utama & CEO Hanwha Life Indonesia, Namkoong Hoon.

Selanjutnya dilaksanakan prosesi pemotongan pita dan tumpeng secara simbolis yang menjadi khas dari Hanwha Life, dan serta foto bersama. Dengan dibukanya Dream Plus Center di harapkan Hanwha Life Insurance semakin dekat untuk memenuhi kebutuhan berasuransi masyarakat Indonesia.



*Hanwha Life Indonesia has launched the Dream Plus Center Bandung on September 14 2022 which is located at Wisma Bumiputera Building, Bandung.*

*This event took place lively and was attended by Joko Supriyanto as Head of Priority Marketing, Djati Sutanto as VP Premier, Umbu Prabawa as Agency Channel Head, Han Changwoo as Chief Marketing Strategy Officer, and ended with a video greeting by the President Director & CEO of Hanwha Life Indonesia, Namkoong Hoon.*

*Then a procession of cutting the ribbon and tumpeng was carried out symbolically which is typical of Hanwha Life, as well as taking a group photo. With the opening of the Dream Plus Center, it is hoped that Hanwha Life Insurance will be even closer to meeting the insurance needs of the Indonesian people.*



OKTOBER 2022

Employee Gathering



Dalam rangka merayakan ulang tahun Hanwha Life Indonesia yang ke-9 pada 24 Oktober 2022 lalu, Perusahaan menyelenggarakan acara Employee Gathering 2022. Acara yang diselenggarakan pada 20 - 22 Oktober 2022 di hotel Mason Pine Bandung, mendapatkan antusiasme dari seluruh karyawan baik dari Head Office maupun Sales Office.

Pada acara tersebut, Perusahaan memperkenalkan jajaran manajemen baru kepada seluruh karyawan, bersamaan dengan itu manajemen juga menyampaikan visi dari masing-masing chief. Namkoong Hoon selaku Direktur Utama & CEO Hanwha Life Indonesia juga memaparkan "Target Hanwha Life pada tahun 2023 menjadi perusahaan asuransi No.1 yang menggunakan InsurTech dalam kompetensi bisnis, dengan memaksimalkan nilai perusahaan bagi pemegang saham dan membawa seluruh masyarakat Indonesia merasakan pengalaman berasuransi yang sesungguhnya".

Dengan spirit Add Value, Build Dream, Lead Culture, manajemen berkomitmen untuk melakukan berbagai langkah strategis untuk mewujudkan target Hanwha Life Indonesia di tahun 2023-2025. Sebagai Langkah awal, di tahun 2023 Hanwha Life Indonesia akan berfokus untuk Add Value, yakni dengan melakukan ekspansi dan inovasi yang memberikan nilai lebih bagi Perusahaan dan nasabah.

*To celebrate the 9th anniversary of Hanwha Life Indonesia, on 24 October 2022, the Company held an Employee Gathering 2022. The event, which was held on 20 - 22 October 2022 at the Mason Pine Bandung hotel, received enthusiasm from all employees from both the Head Office and Sales Office.*

*During the event, Company introduced a new management line to all employees, at the same time the management also conveyed the vision of each chief. Namkoong Hoon as the President Director & CEO of Hanwha Life Indonesia also explained "Hanwha Life's target in 2023 is to become the No. 1 insurance Company that uses InsurTech in business competencies, by maximizing corporate value for shareholders and bringing all Indonesian people to experience real insurance."*

*With Spirit Add Value, Build Dream, Lead Culture, management is committed to carrying out various strategic steps to realize Hanwha Life Indonesia's targets in 2023-2025. As a first step, in 2023 Hanwha Life Indonesia will focus on Add Value, namely by expanding and innovating to provide added value for the Company and customers.*

Kedepannya, Hanwha Life Indonesia akan terus melakukan perjalanan baru dalam pengembangan dan kolaborasi dibidang digital untuk mewujudkan target perusahaan menjadi Top 15 Perusahaan Asuransi Terbaik, dan memiliki 500 ribu Hanwha Friends, yakni individu yang pernah berinteraksi dan memiliki pengalaman berasuransi bersama Hanwha Life.

Seluruh karyawan juga turut berkompetisi dalam sesi Team Building, dipersatukan dari berbagai divisi dan kantor cabang, menyatu dan berkompetisi secara sehat. Puncak acara dengan perayaan ulang tahun Hanwha Life, Perusahaan menggelar Gala Dinner dengan tema Crazy Rich Korean, di sesi tersebut juga diumumkan Hanwha Core Values Award yang merupakan penghargaan untuk karyawan terbaik yang menjalankan nilai-nilai perusahaan.

Pemenang Core Values Award diantaranya ialah Fanny Hendra Kusuma (IT System Development), Eri Wahyudi (Core Management), dan Vinita Susane (Life Plus Academy), serta hiburan lainnya seperti pembagian doorprize, penampilan dari Hanwha's Got Talent, pemilihan Best Dress, dan sebagainya.

*Going forward, Hanwha Life Indonesia will continue to take a new journey in developing and collaborating in the digital field to realize the company's target of becoming the Top 15 Best Insurance Companies and having 500 thousand Hanwha Friends i.e., individuals who have interacted with and have insurance experience with Hanwha Life.*

*All employees also competed in the Team Building session, brought together from various divisions and branch offices, united and competed in a healthy manner. The peak of the event was the celebration of Hanwha Life's birthday, the Company held a Gala Dinner with the theme Crazy Rich Korean. During this session, the Hanwha Core Values Award was also announced, which is an award for the best employee who carries out the company's values.*

*The winners of the Core Values Award include Fanny Hendra Kusuma (IT System Development), Eri Wahyudi (Core Management), and Vinita Susane (Life Plus Academy), as well as other entertainment such as handing out door prizes, appearances from Hanwha's Got Talent, selection of Best Dress, and so on.*





## National Sales Conference



Pada tanggal 20 Oktober 2022, Hanwha Life Indonesia mengadakan National Sales Conference – Final Sprint Meeting Q4 2022 di Mason Pine Hotel, Bandung. National Sales Conference ini dihadiri oleh seluruh Sales Employee dari Divisi Agency & Commercial dengan total 50 peserta.

Tentunya penyelenggaraan konferensi ini bertujuan untuk memungkinkan semua Sales Employee agar dapat mengubah dan mengembangkan pola pikir mereka ke level yang lebih tinggi agar mereka lebih siap dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat.

National Sales Conference ini digelar agar seluruh tim dapat berkolaborasi dengan memberikan ide baru, inisiatif baru, serta brainstorming untuk mendapatkan semangat baru dalam menghadapi kuartal terakhir di tahun 2022.

Sales Employee berupaya mengonsolidasikan dan mensinergikan berbagai program dan inisiatif marketing dalam rangka mencapai target Perusahaan di tahun 2023 dengan melakukan peningkatan aktivitas dan strategi. Acara ini dihadiri oleh Direktur Utama & CEO, Namkoong Hoon dan Chief Marketing Strategy Officer, Han Chang Woo, yang memberikan motivasi kepada peserta agar yakin dan semangat untuk menutup tahun 2022 dengan kinerja yang kuat, team yang kuat dan hasil yang maksimal.



*On October 20, 2022, Hanwha Life Indonesia held a National Sales Conference – Final Sprint Meeting Q4 2022 at the Mason Pine Hotel, Bandung. The National Sales Conference was attended by all Sales Employees from the Agency & Commercial Division with a total of 50 participants.*

*Of course, organizing this conference aims to enable all Sales Employees to be able to change and develop their mindset to a higher level so that they are better prepared to face increasingly fierce competition.*

*This National Sales Conference was held so that all teams can collaborate by providing new ideas, new initiatives, and brainstorming to get new enthusiasm in facing the last quarter of 2022.*

*Sales Employee seeks to consolidate and synergize various marketing programs and initiatives in order to achieve the Company's target in 2023 by increasing activities and strategies. The event was attended by the Main Director & CEO, Namkoong Hoon and Chief Marketing Strategy Officer, Han Chang Woo, who motivated participants to have confidence and enthusiasm to close 2022 with strong performance, a strong team and maximum results.*

## Agency Trip to Japan



ACE Club merupakan club membership paling bergengsi yang ada di Agency Hanwha Life Indonesia. ACE sendiri kepanjangan dari Amaze, Creative, Elegant. Keanggotaan ACE Club terbuka untuk semua Tenaga Pemasar Hanwha Life Indonesia yang telah memiliki lisensi aktif AAJI dibawah naungan Hanwha Life Indonesia.

Bagi Tenaga Pemasar yang telah memenuhi target ACE Club akan mendapatkan hadiah berupa trip yang berbeda disetiap tahunnya. Tahun 2021 ini peserta ACE berkesempatan untuk menerima hadiah berupa Trip ke Jepang selama 5 hari 3 malam.

Trip ke Jepang diadakan pada tanggal 9 – 13 Oktober 2022. Selama di Jepang para peserta mengunjungi beberapa tempat terkenal diantaranya Mount Fuji, Oshino Hakai, Ginza District, Asakusa Temple, dll. Umbu Prabawa selaku perwakilan dari Management HLI turut serta bergabung dalam trip tersebut. "Diharapkan dengan adanya trip ini dapat meningkatkan kebersamaan antara sales force dan Management HLI, serta untuk meningkatkan motivasi bagi sales force lain agar dapat memenuhi target ACE Club ditahun selanjutnya dan bergabung menikmati hasil pencapaian mereka bersama-sama" ungkap Umbu Prabawa.



*ACE Club is the most prestigious Club Membership in the Hanwha Life Indonesia Agency (HLI). ACE itself stands for Amaze, Creative, Elegant. ACE Club membership is open to all HLI Marketers (FP, AM, AD) who already have an active AAJI license under HLI.*

*Marketers who have met the ACE Club target will receive prizes in the form of different trips every year. In 2021, ACE participants have the opportunity to receive a prize in the form of a trip to Japan for 5 days and 3 nights.*

*The trip to Japan was held on October 9-13, 2022. While in Japan, the participants visited several famous places including Mount Fuji, Oshino Hakai, Ginza District, Asakusa Temple, etc. Umbu Prabawa as a representative from HLI Management also joined the trip. "It is hoped that this trip will increase the togetherness between the HLI sales force and Management, as well as to increase motivation for other sales forces so that they can meet the ACE Club targets in the following year and join them in enjoying their achievements together," said Umbu Prabawa.*

## NOVEMBER 2022

## Hanwha's Best Business Strategy to Strengthen Business in Indonesia with MOU Signing with Lippo Group



Pada tanggal 15 November 2022 lalu, CEO Hanwha Life Korea, Yeo Seung Joo, mengunjungi Hanwha Life Indonesia yang disambut meriah oleh seluruh karyawan.

Dalam kunjungannya, Yeo Seung Joo juga menyampaikan bahwa beliau baru saja sampai di Jakarta pada 14 November 2022 malam, dan langsung berkunjung ke kantor pusat Hanwha Life Indonesia. Rasa lelah tidak mengurangi semangat Yeo Seung Joo untuk bertemu dengan karyawan Hanwha Life Indonesia.

Sebelumnya, kunjungan Yeo Seung Joo ke Indonesia rutin dilakukan setiap tahun, tetapi karena pandemic covid-19 agenda kunjungan tersebut harus di tunda.

Pada 13-14 November 2022, Yeo Seung Joo juga sempat menghadiri Forum B20, yang merupakan bagian dari rangkaian acara KTT G20 di Bali. Beliau 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 of Understanding, 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.

Adapun agenda terakhir pada kunjungan ini adalah penandatanganan nota kesepahaman (MOU) antara Hanwha Life dan Lippo Group pada 16 November 2022 di kantor pusat Hanwha Life Indonesia. Pada kesempatan tersebut, Yeo Seung Joo 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".



On November 15, 2022, the CEO of Hanwha Life Korea, Yeo Seung Joo, visited Hanwha Life Indonesia which was warmly welcomed by all employees.

During his visit, Yeo Seung Joo also said that he had just arrived in Jakarta on November 14, 2022 evening, and immediately visited Hanwha Life Indonesia's head office. Despite of his busy schedule, Yeo Seung Joo was every enthusiast to meet Hanwha Life Indonesia employees.

Previously, Yeo Seung Joo's visit to Indonesia was routinely carried out every year, but due to the Covid-19 pandemic, the visit agenda had to be postponed.

On 13-14 November 2022, Yeo Seung Joo also attended the B20 Forum, which was part of the series of events at the G20 Summit in Bali. He also took part in the Korea-Indonesia Business Roundtable meeting with the President of Indonesia, Joko Widodo and President of South Korea, Yoon Suk Yeol to encourage the strengthening of economic cooperation between the two countries. During the meeting, Indonesia and Korea announced 8 Memorandums of Understanding, including the launch of the High-Level Dialogue on Investment (HLDI), Korea-Indonesia Economic Cooperation 2.0 and the Green Initiative and the construction of Phase 4 of MRT Jakarta.

The final agenda for this visit was the signing of a memorandum of understanding (MOU) between Hanwha Life and Lippo Group on 16 November 2022 at Hanwha Life Indonesia's head office. On this occasion, Yeo Seung Joo revealed, "Hanwha Life is the first Korean insurance company to enter Indonesia. As a group, we have a big commitment to Indonesia. Through the signing of this MOU, Hanwha Life and Lippo Group are committed to pioneering a future together in Indonesia, as well as opening opportunities for cooperation in various sectors aside from insurance."

## MOU Signing Hanwha Life with Job2Go



Dengan spirit Add Value, Build Dream dan Lead Culture, harapan Hanwha Life Indonesia dalam penandatanganan Nota Kesepahaman (MOU) semakin besar dan semakin kuat di Indonesia dan agar dapat memperluas kerja sama di berbagai sektor. Di tahun 2022 ini Hanwha Life Indonesia menjalin Kerjasama dengan Job2Go.

Job2Go 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 MOU antara Hanwha Life Indonesia yang diwakili oleh Namkoong Hoon selaku CEO Hanwha Life Indonesia dan Job2Go yang diwakili oleh Kurniawan Santoso selaku CEO Job2Go dilakukan pada 30 November 2022 di kantor pusat Hanwha Life Indonesia. 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.



With the spirit of Add Value, Build Dream and Lead Culture, Hanwha Life Indonesia's hope in signing the Memorandum of Understanding (MOU) is getting bigger and stronger in Indonesia and so that it can expand cooperation in various sectors. In 2022, Hanwha Life Indonesia cooperates with Job2Go.

Job2Go is a Platform that connects businesses with Workers and provides added value beyond just applying for a job. Job2Go provides employee recruitment, finance for workers, trade, and education services.

The signing of a MOU between Hanwha Life Indonesia represented by Namkoong Hoon as CEO of Hanwha Life Indonesia and Job2Go represented by Kurniawan Santoso as CEO of Job2Go took place on 30 November 2022 at the Hanwha Life Indonesia head office. This collaboration simultaneously accelerates the commitment of the two companies to provide convenience and comfort for employees to meet insurance needs by committing to make the best efforts to realize good collaboration.



DESEMBER 2022

Soft Launching Partnership with CGV



Kolaborasi Hanwha Life Indonesia dengan salah satu cinema ternama yaitu CGV, Central Park, Jakarta Barat. Kerjasama ini berupa branding pada studio/ auditorium, signage, pintu masuk, kursi, dan sebagainya. Selain itu, Hanwha Life Indonesia juga menyediakan booth sebagai pendukung aktivitas yang dapat dilakukan team sales dan marketing. Branding ini merupakan langkah strategis untuk memperluas kerjasama dengan perusahaan lain dan sebagai brand awareness.

Soft launching dilakukan pada tanggal 14 Desember 2022 melalui media sosial Hanwha Life Indonesia, seperti Instagram dan Youtube. Pada saat soft launching ini berlangsung, pengunjung yang akan menonton film atau yang sedang menunggu akan mendapatkan merchandise Hanwha Life Indonesia dengan melakukan aktivitas seru seperti lucky draw, make a wish pada orange tree di booth Hanwha Life Indonesia yang terletak pada area pintu masuk auditorium.

Adanya kerjasama ini dapat membangun citra yang positif atas Perusahaan ditengah masyarakat Indonesia sehingga produk-produk Hanwha Life Indonesia semakin dikenal dan diminati oleh nasabah dan calon nasabah.

*Hanwha Life Indonesia's collaboration with one of the well-known cinemas, namely CGV, Central Park, West Jakarta. This collaboration is in the form of branding on the studio/auditorium, signage, entrances, chairs, etc. In addition, Hanwha Life Indonesia also provides booths to support activities that can be carried out by the sales and marketing team. This branding is a strategic step to expand cooperation with other companies and as brand awareness.*

*Soft launching was conducted on December 14, 2022, through Hanwha Life Indonesia's social media such as Instagram and Youtube. During the soft launching, visitors who will watch the film or who are waiting will receive merchandise from Hanwha Life Indonesia by carrying out exciting activities such as lucky draws, making a wish at the orange tree at the Hanwha Life Indonesia booth which is located at the entrance area of the auditorium.*

*The existence of this collaboration can build a positive image of the Company in the midst of Indonesian society so that Hanwha Life Indonesia's products are increasingly recognized and in demand by customers and prospective customers.*



Hanwha Life Indonesia received Top Digital Awards 2022



Hanwha Life Indonesia berhasil meraih peringkat level sangat baik di ajang penghargaan Top Digital Awards 2022 dengan predikat 5 (lima) Stars (Sangat baik). Acara penghargaan ini dilaksanakan pada tanggal 15 Desember 2022 di Rafless Hotel, Jakarta.

Hanwha Life Indonesia mendapatkan predikat Sangat Baik karena telah memiliki sistem, infrastruktur dan implementasi tata kelola IT yang baik. Penghargaan diberikan juga atas keberhasilan Hanwha Life Indonesia dalam melakukan inovasi produk dan layanan dengan memanfaatkan inovasi teknologi digital (transformasi digital), baik di sistem manajemen, maupun produk dan layanan terhadap customer. Pemanfaatan teknologi digital juga berdampak signifikan bagi peningkatan kinerja perusahaan secara berkelanjutan, termasuk di saat pandemi covid-19 karena dapat berinovasi terhadap sistem aplikasi online dan teknologi digital salah satunya adalah aplikasi Hanwha SMART, yang menjadi ujung tombak untuk mendukung kelangsungan operasional perusahaan maupun layanan bagi masyarakat atau pelanggan.

Selain itu, Hanwha Life Indonesia juga memiliki aplikasi unggulan, seperti Hanwha SuperHeroes yang merupakan aplikasi informasi keagenan dengan tujuan membantu segala aktivitas agen dalam penjualan, pengembangan diri, dan membangun tim untuk agen. Aplikasi ini juga dilengkapi dengan fitur-fitur utama seperti e-Learning untuk mendukung kegiatan training, aktivitas para agen, informasi tentang polis dan komisi agen, sampai dengan perekrutan agent baru, yang didesain untuk meningkatkan performa dan efisiensi agen-agen Hanwha Life Indonesia dalam melakukan aktivitas keagenannya sehari-hari. Dengan adanya aplikasi ini, agen dapat selalu terinformasi sehingga potensi penjualan diharapkan akan lebih meningkat.

Hanwha Life Indonesia akan selalu berinovasi terhadap bisnis termasuk dalam digitalisasi. Diharapkan dari penghargaan ini dapat memicu semangat Perusahaan untuk selalu memberikan pelayanan secara digital yang dapat memudahkan karyawan, agen maupun nasabah.

*Hanwha Life Indonesia managed to achieve a very good level rating at the Top Digital Awards 2022 award with the title of 5 (five) Stars (Very good). This award ceremony was held on December 15, 2022, at the Rafless Hotel, Jakarta.*

*Hanwha Life Indonesia received the Very Good title because it already has a system, infrastructure and implementation of good IT governance. The award was also given for Hanwha Life Indonesia's success in innovating products and services by utilizing digital technology innovation (digital transformation), both in management systems, as well as products and services to customers. The use of digital technology also has a significant impact on improving company performance in a sustainable manner, including during the Covid-19 pandemic because it can innovate online application systems and digital technology, one of which is the Hanwha SMART application, which is the spearhead for supporting the continuity of company operations and services for the community or customers.*

*Apart from that, Hanwha Life Indonesia also has excellent applications, such as Hanwha SuperHeroes which is an agency information application with the aim of assisting all agent activities in selling, self-development, and team building for agents. This application is also equipped with key features such as e-Learning to support training activities, agent activities, information about policies and agent commissions, to the recruitment of new agents, which are designed to improve the performance and efficiency of Hanwha Life Indonesia agents in conducting daily agency activities. With this application, agents can always be informed so that sales potential is expected to increase.*

*Hanwha Life Indonesia will continue innovate in business, including digitalization. It is hoped that this award will trigger the Company's enthusiasm to always provide digital services that can make it easier for employees, agents and customers.*



**MOU Signing Hanwha Life with Luxrobo**



Hanwha Life Indonesia akan memasuki dunia Metaverse melalui kerja sama dengan perusahaan teknologi asal Korea Selatan, Luxrobo. Luxrobo sendiri merupakan perusahaan berbasis AIoT (Artificial Intelligence of Things) dan edukasi robot hingga layanan konsultasi teknologi dengan misi membuat coding menjadi menyenangkan dan mudah untuk para pengguna melalui hardware, software dan online service.

Kerja sama ini akan menghasilkan aplikasi berbasis metaverse untuk Hanwha Friends (nasabah, mitra, karyawan, serta followers dan subscriber's media sosial). Penandatanganan MOU atau kerja sama pengembangan aplikasi berbasis metaverse dilakukan pada tanggal 23 Desember 2022 di kantor pusat Hanwha Life Insurance Indonesia oleh Direktur Utama Hanwha Life Indonesia, Namkoong Hoon dengan Co-Founder Luxrobo, Oh Sanghun.

Inovasi teknologi Hanwha Life Indonesia dilakukan berkelanjutan agar nasabah menikmati pengalaman berasuransi yang lebih mudah, cepat, dan nyaman sejak lama ada dalam 'DNA' Hanwha Life. Dengan adanya Metaverse ini diharapkan akan menjadi era baru bagi Hanwha Life. Diharapkan di tahun 2023 ini, Hanwha Life dapat meningkatkan kualitas layanan bagi Hanwha Friends di Indonesia melalui pengembangan aplikasi berbasis metaverse untuk menghadirkan pengalaman yang berbeda dalam mengumpulkan poin, voucher, dan hadiah.



*Hanwha Life Indonesia will enter the world of Metaverse through a collaboration with a technology company from South Korea, Luxrobo. Luxrobo itself is a company based on AIoT (Artificial Intelligence of Things) and robot education to technology consulting services with the mission of making coding fun and easy for users through hardware, software, and online services.*

*This collaboration will produce metaverse-based applications for Hanwha Friends (customers, partners, employees, as well as social media followers and subscribers). The signing of the MOU or metaverse-based application development collaboration was carried out on December 23, 2022, at the Hanwha Life Insurance Indonesia head office by the Main Director of Hanwha Life Indonesia, Namkoong Hoon with Luxrobo Co-Founder, Oh Sanghun.*

*Hanwha Life Indonesia's technological innovations are carried out continuously so that customers enjoy an easier, faster, and more comfortable insurance experience that has long been in the 'DNA' of Hanwha Life. With this Metaverse, it is hoped that it will be a new era for Hanwha Life. It is hoped that in 2023, Hanwha Life can improve the quality of service for Hanwha Friends in Indonesia through the development of metaverse-based applications to provide a different experience in collecting points, vouchers, and prizes.*

**Penghargaan**  
Awards



**WARTA EKONOMI:**  
7th Digital Innovation Awards - The Most Innovative Life Insurance for The Implementation of Digital Technology for Business Ecosystem Development



**MARKPLUS:**  
Indonesian K-Brand Awards 2022 - Silver Champion



**TOP BUSINESS:**  
TOP GRC Awards 2022 #4 STAR & The Most Committed GRC Leader (CEO)



**WARTA EKONOMI:**  
Best Insurance Awards 2022 with Top Financial Performance and Prioritizing Customer Needs Through Insurance Product and Service (Life Insurance Category with total assets of IDR 1 trillion to IDR 5 trillion)



**INFOBANK:**  
TOP 200 The Next Leaders 2022; Director & CCO - Alexander Febriano Widjanarko

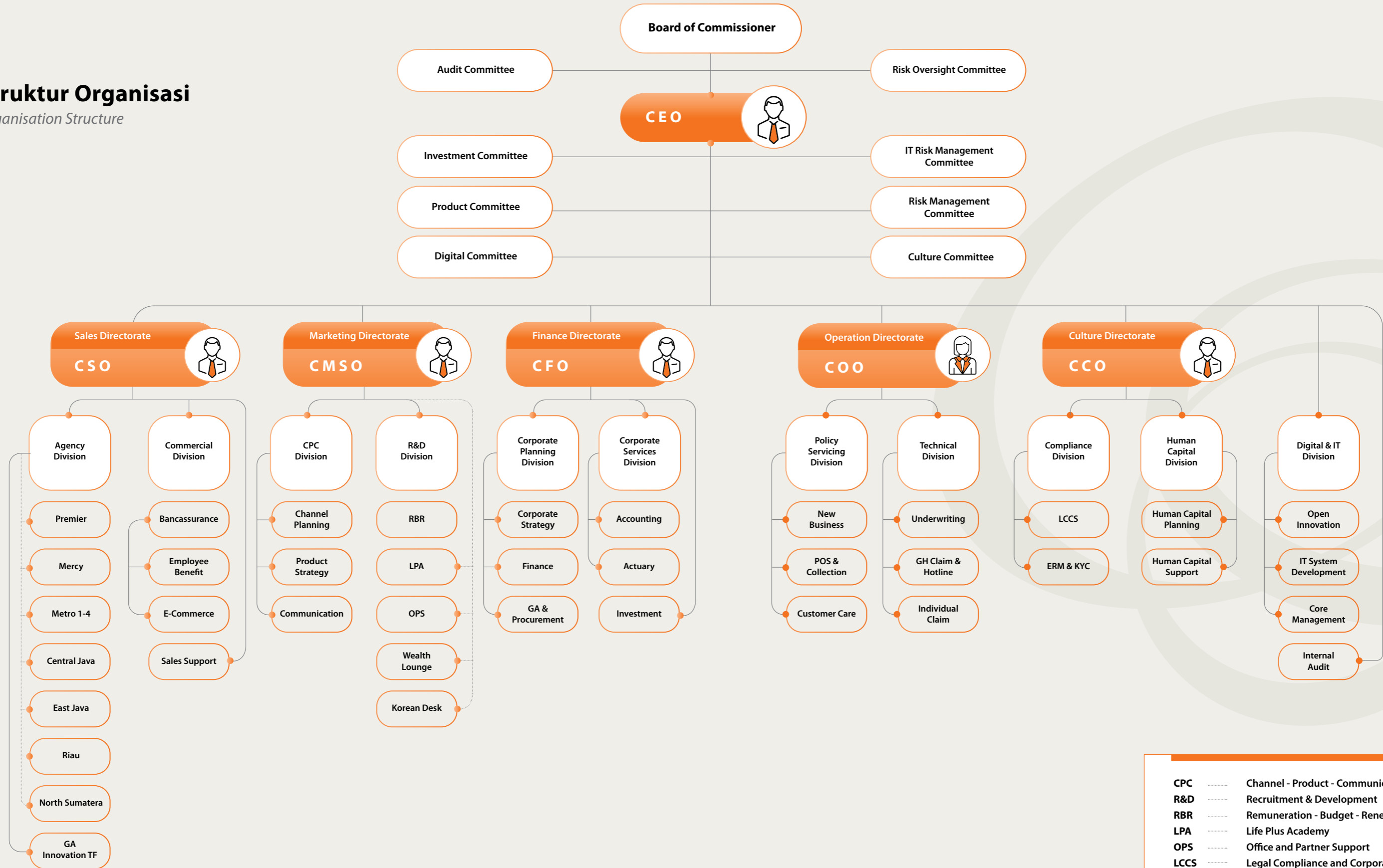


**TOP BUSINESS:**  
TOP Digital Awards 2022 #5 Star & Top Leader on Digital Implementation (President Director & CEO - Namkoong Hoon)



# Struktur Organisasi

Organisation Structure



<b>CPC</b>	Channel - Product - Communication
<b>R&amp;D</b>	Recruitment & Development
<b>RBR</b>	Remuneration - Budget - Renewal
<b>LPA</b>	Life Plus Academy
<b>OPS</b>	Office and Partner Support
<b>LCCS</b>	Legal Compliance and Corporate Secretary
<b>ERM</b>	Enterprise Risk Management

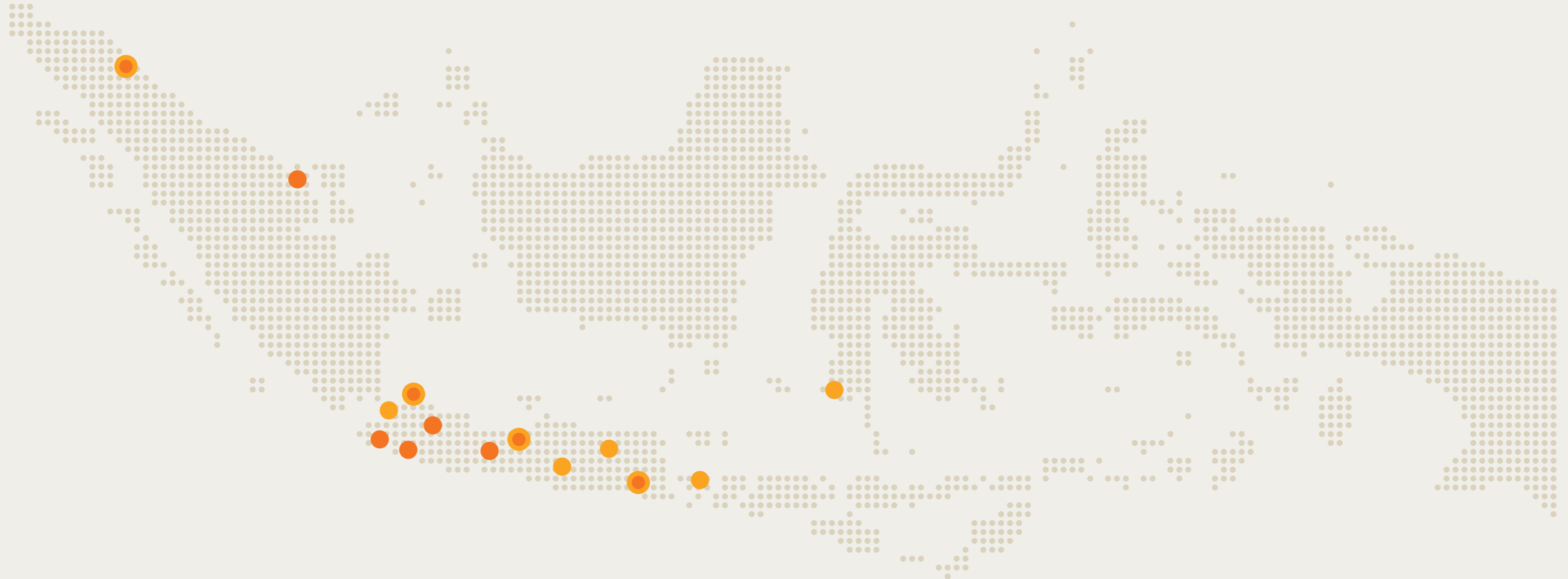
# Jaringan Bisnis & Wilayah Operasional

Business Network & Operational Area



## KANTOR PUSAT HEAD OFFICE

World Trade Centre 1, 12th floor,  
Jl. Jenderal Sudirman Kav. 29, Karet,  
Setiabudi, Jakarta Selatan



### KANTOR PEMASARAN SALES OFFICE

- |            |               |
|------------|---------------|
| 1. MEDAN   | 6. BEKASI     |
| 2. BATAM   | 7. SEMARANG   |
| 3. BANDUNG | 8. YOGYAKARTA |
| 4. JAKARTA | 9. SURABAYA   |
| 5. BOGOR   |               |

### KANTOR PEMASARAN MANDIRI GENERAL / INDEPENDENT AGENCY OFFICE

- |   |                                      |                                  |                                 |                          |   |                               |                      |   |
|---|--------------------------------------|----------------------------------|---------------------------------|--------------------------|---|-------------------------------|----------------------|---|
| 1. JAKARTA<br>• Premier<br>• Miracle<br>• Mercy Prior | 2. MEDAN<br>• Champion<br>• Infinite | 3. TANGERANG<br>• Spirit of Hope | 4. SOLO<br>• Abundance<br>• DPC | 5. SEMARANG<br>• Pioneer | 6. SURABAYA<br>• Taeyang<br>• Mercy Tiger | 7. TUBAN<br>• Mercy Nusantara | 8. BALI<br>• Premier | 9. MAKASSAR<br>• Makassar Premier One<br>• Mercy Future One |
|---|--------------------------------------|----------------------------------|---------------------------------|--------------------------|---|-------------------------------|----------------------|---|



## Testimoni Agen

### Agents Testimonial



**Eddy**

Top Leader 2022

Di saat pandemi Covid-19 melanda dunia, tahun 2021 saya bergabung menjadi bagian dari Hanwha Life Indonesia. Saya mempunyai misi untuk memperkenalkan Hanwha Life Indonesia kepada masyarakat di Medan dengan membuka kantor GAO Infinite Agency Premier yang diresmikan pada bulan November 2021.

Meskipun saat itu pemerintah masih menerapkan PPKM tapi saya punya visi dan impian agar produk produk dari Hanwha Life Indonesia bisa menjadi pilihan utama nasabah serta calon agent dan leader yang akan bergabung bersama saya di Hanwha Life Indonesia. Saya berkeyakinan produk asuransi dari Hanwha Life Indonesia dapat membangkitkan kembali minat nasabah terhadap asuransi karena Hanwha Life Indonesia menawarkan berbagai produk unggulan dengan menggabungkan instrumen tabungan dan asuransi.

Dengan banyaknya support serta perhatian yang diberikan oleh Hanwha Life Indonesia kepada saya dan para agents, serta leader baru dengan memberikan kompensasi, bonus, reward yang luar biasa sehingga mempermudah saya dalam merekrut calon agent dan leader baru sehingga tujuan dari visi dan saya dapat tercapai di tahun 2022.

Saya berkeinginan agar Hanwha Life Indonesia dapat menjadi pilihan utama masyarakat Medan dan tentunya seluruh Indonesia. Terima kasih Hanwha Life Indonesia.

*I joined Hanwha Life Indonesia in 2021 amidst the Covid-19 pandemic. I have a mission to introduce Hanwha Life Indonesia to Medan customers by opening the GAO Infinite Agency Premier which was launched in November 2021.*

*At that time, the government was still introducing his PPKM, but I believed that Hanwha Life Indonesia's products will be the first choice not only for customers, but also for agents and leaders who would join as my team in Hanwha Life Indonesia. Hanwha Life Indonesia's insurance products offer a variety of featured products that combine the instruments of savings and insurance; therefore I believe that Hanwha Life Indonesia products can revive the customer's interest in insurance.*

*With lots of support and attention given by Hanwha Life Indonesia to me and the agents, as well as new leaders by providing attractive compensation, bonuses, rewards that make it easier for me to recruit prospective agents and new leaders so that the goals of my mission and vision can be achieved in 2022.*

*I hope that Hanwha Life Indonesia will be the first choice for the Medan customers and of course all over Indonesia. Thank you Hanwha Life Indonesia.*



**Merry Soetrisna**

Top Producer 2022

Saya bersyukur karena tahun lalu saya bisa mencapai MDRT 2022 dan menjadi the Best Agent di Hanwha Life Indonesia.

Saya mulai bergabung di Hanwha Life Indonesia pada bulan Juli tahun 2022. Pada saat bergabung saya sudah menentukan goal saya untuk menjadi MDRT. Saya harus membuat perencanaan dan membuat janji untuk bertemu dengan calon-calon nasabah saya. Dalam melakukan pekerjaan bukan berarti tidak ada penolakan tapi saya melakukannya dengan consistence dan persistence. Saya percaya kalau kita melakukan pekerjaan kita dengan hati dan tekun pasti apa yang menjadi tujuan kita bisa tercapai.

Akhirnya pencapaian saya sampai dengan Desember 2023, saya mengumpulkan premi hampir IDR 1,4 Milyar. Saya sadar apa yang sudah saya capai ada campur tangan Tuhan dan support dari Leader dan perusahaan.

*I am grateful because last year I was able to achieve MDRT 2022 and become the Best Agent at Hanwha Life Indonesia.*

*I started joining Hanwha Life Indonesia in July 2022. When I joined, I had set my goal to become an MDRT. I have to make plans and make appointments to meet with my prospective clients. In doing the work does not mean there is no rejection, but I do it with consistency and persistence. I believe that we can accomplish our goals if we work hard and with passion.*

*Last but not least, up until December 2023 I am able to achieve premium collections for over IDR 1.4 billion. I know that all of my achievement was made possible by God and the help of the Leader and the organization.*



**Rame Uli Pasaribu IR**

Top MDRT 2020-2022

8 Tahun lalu, saya memutuskan untuk bergabung sebagai Agen Asuransi di Hanwha Life Insurance Indonesia. Berkariier sebagai Agen asuransi memiliki banyak keuntungan. Di antaranya waktu kerja yang flexibel, memiliki kepuasan emosional, serta kepuasan finansial.

Agen asuransi memberi solusi perlindungan dan perencanaan keuangan bagi calon nasabah. Setiap orang bisa sukses di bisnis asuransi apapun latar belakangnya. Tantangan yang sering saya hadapi adalah calon nasabah yang tidak menganggap penting asuransi. Dan tugas saya sebagai Agen Asuransi mengarahkan calon nasabah untuk memilih opsi terbaik yang bisa mereka dapatkan. Pencapaian terbesar saya sampai saat ini adalah saya berhasil mencapai MDRT tiga (3) kali berturut-turut, dimulai dari tahun 2020, 2021 dan 2022.

Saya berharap perusahaan akan semakin mensupport Agen - Agennya untuk mencapai kualifikasi MDRT dan semakin memotivasi saya sebagai Agen Asuransi untuk mendapatkan kualifikasi tersebut.

*I made the decision to work for Hanwha Life Insurance Indonesia as an insurance agent eight years ago. A career as an insurance agent has many advantages. A Flexible work schedules, experiencing emotional and financial pleasure are a few of them.*

*Insurance agents provide financial protection and planning solutions for prospective customers. Everyone can be successful in the insurance business regardless of background. The challenge that I often face is prospective customers who do not consider insurance important. And my job as an insurance agent is to guide potential customers to choose the best option they can get. My biggest achievement to date is that I made it to MDRT three (3) times in a row, starting in 2020, 2021 and 2022.*

*I hope in the future Hanwha Life Insurance Indonesia will continue to support its agents to achieve MDRT qualification and motivates me even more as an insurance agent to get this qualification.*



# Testimoni Karyawan

Employees Testimonial



**Vinita Susane Tiurma**

Head of Life Plus Academy

**Make Your Dreams Come True**

Empat tahun yang lalu saat bergabung di Hanwha Life Indonesia, impian terbesar saya adalah saya bisa pergi ke negara asal dari Hanwha Life, yaitu di Korea Selatan.

Selama 4 tahun saya lalui, bekerja memberikan dukungan penuh kepada para agen Hanwha Life Indonesia karena pada awal berkarir di Hanwha Life Indonesia, saya sebagai "Regional Trainer Manager" di Sales Office Jakarta I dan II.

Berkarir di Hanwha Life Indonesia, telah menambah ilmu, pengetahuan, pengalaman saya dan terlebih lagi semakin yakin bahwa bekerja dengan hati dan all out akan memberikan hasil yang terbaik bagi saya secara pribadi dan team di Hanwha Life Indonesia.

Akhirnya setelah 4 tahun, impian saya menjadi kenyataan. Saya dipercaya untuk membawa 14 orang agen untuk mengikuti Korea Training Trip. Selama 7 hari menginjakan kaki di Korea Selatan, saya mendapatkan kesempatan untuk berkunjung ke Hanwha Life Training Center yang ada di Kota Yong-in Korea Selatan. Hal ini merupakan suatu anugerah dan hadiah terbesar dalam hidup saya.

Terima Kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa, Terima Kasih kepada Hanwha Life Indonesia, Terima Kasih kepada Keluarga, Rekan dan Sahabat yang selalu mendukung saya.

**"Dare to Dream Big Dreams. For those are the Dreams that have the power to push your whole world forward"**

-Ralph Marston-

**Make Your Dreams Come True**

Four years ago when I joined Hanwha Life Indonesia, my biggest dream was to go to Hanwha Life's home country, South Korea.

For the past 4 years I have worked to provide full support to agents of Hanwha Life Indonesia because my first career at Hanwha Life Indonesia began when I was the "Regional Trainer Manager" in Sales Office Jakarta I and II.

During my career at Hanwha Life Indonesia, I have gained my knowledge, knowledge, experience and moreover I am increasingly convinced that working with heart and all out will give the best outcome for me personally and Hanwha Life Indonesia's team.

Finally, after 4 years, my dream has finally come true. I was entrusted to lead 14 agents to take part in the Korea Training Trip. Through my 7-day trip in South Korea, I got the opportunity to visit the Hanwha Life Training Center in Yong-in, South Korea. That was one of the most remarkable experiences and the greatest gift in my life.

Thank you to God Almighty,  
Thank you to Hanwha Life Indonesia,  
Thank you to my family, colleagues and friends who always support me.

**"Dare to Dream Big Dreams. For those are the Dreams that have the power to push your whole world forward"**

-Ralph Marston-



**Fanny Hendra Kusuma**

Digital and Information Technology Division  
(IT System Development)

Hanwha Life Insurance Indonesia perusahaan yang telah memberikan saya banyak hal sampai saat ini, menciptakan lingkungan kerja yang menyenangkan, atasan dan rekan kerja yang saling mensupport dengan komunikasi yang baik, memberikan kesempatan untuk berkembang melalui training-training oleh Human Capital dan paling disukai adalah adanya bonus dan insentif setiap tahunnya yang menjadikan semangat lebih dalam bekerja.

Saya berharap semoga Hanwha Life Insurance Indonesia terus berinovasi, maju dan berkembang agar menjadi Perusahaan Asuransi No.1 yang berbasis teknologi dapat terwujud. Add Value, Build Dream dan Lead Culture bersama Hanwha Life Insurance Indonesia.

Hanwha Life Insurance Indonesia is a company that has so far provided me with a lot, including a pleasant working environment, superiors and coworkers who support one another through good communication, opportunities for growth through Human Capital trainings, and, most of all, bonuses, and incentives each year that increase enthusiasm at work.

I hope that Hanwha Life Insurance Indonesia will continue to innovate, progress, and develop so that it can become the No.1 digital based Insurance Company. Add Value, Build Dream and Lead Culture with Hanwha Life Insurance Indonesia.



**Eri Wahyudi**

Digital and Information Technology Division  
(Core Management)

**Fighting!**

Itulah kalimat yang senantiasa saya dengar dan terima sebagai salah satu "booster" saya dalam bekerja disini. Berkarir di Hanwha Life Insurance Indonesia hingga saat ini merupakan pengalaman yang menakjubkan bagi saya. Lingkungan yang saling memberikan dukungan diantara para karyawan. Hal tersebut terbukti dengan terpilihnya saya sebagai salah satu penerima penghargaan Hanwha Core Values. Tanpa dukungan dari para karyawan semua, mustahil saya dapat mencapai hal itu. Terima kasih rekan-rekan!

Harapan saya kedepannya, sebagai bagian dari keluarga Hanwha Life Insurance Indonesia, tentunya Perusahaan ini semakin cemerlang, dan dapat meraih visinya serta menjadi Perusahaan asuransi jiwa yang menjadi rujukan model bisnis bagi semua perusahaan asuransi jiwa di Indonesia.

**Semangat!**

**Fighting!**

I constantly hear and receive that as one of my "boosters" in my work here. Working at Hanwha Life Insurance Indonesia thus far has been a remarkable experience for me. Employees can rely on one another in a supportive environment at work. This is proven by me, being chosen as one of the Hanwha Core Values awardees. Without the support of all employees, I wouldn't be able to accomplish this. Thank you, my colleague!

As part of the Hanwha Life Insurance Indonesia, I hope that this company will become greater, achieve its vision and establish itself as a model life insurance company for all Indonesian insurance companies.

**Keep the spirit up!**





Laporan Manajemen  
*Management Report*



## Laporan Dewan Komisaris

Board of Commissioners Report



**Dewan Komisaris dalam hal ini mengapresiasi kepemimpinan Direksi yang kuat dalam menavigasi Hanwha Life yang membawahi sebuah ekosistem yang luas dan terus berkembang dalam rangka mempertahankan kehadirannya di industri asuransi jiwa di Indonesia. Tahun 2022, Hanwha Life telah menerima 2 penghargaan dari Top Governance Risk Compliance (GRC) Awards 2022 untuk kategori Top GRC Awards 2022 level 4 Stars (Sangat Baik) serta kategori the Most Committed GRC Leader 2022...**

*The Board of Commissioners in this regard applauded the Board of Directors' strong leadership in navigating Hanwha Life that manages an extensive and increasingly expanded ecosystem to continue its presence in life-insurance industry in Indonesia. In 2022, Hanwha Life received 2 awards from the Top Governance Risk Compliance (GRC) Awards 2022 for the Top GRC Awards 2022 level 4 Stars (Very Good) category and the Most Committed GRC Leader 2022 category...*

**Kim Jun IL**

Komisaris Utama | President Commissioner





Para Pemegang Saham dan Pemangku Kepentingan yang terhormat,

Tahun 2022 menjadi tantangan tersendiri bagi pemerintah dalam upayanya mengakselerasi pertumbuhan ekonomi seiring meredanya kasus pandemi Covid-19. Kegiatan usaha yang terus meningkat turut menopang laju pemulihan ekonomi Indonesia. Badan Pusat Statistik melaporkan bahwa ekonomi Indonesia tumbuh sebesar 5,31% pada tahun 2022, atau tercatat lebih tinggi dibandingkan dengan pertumbuhan ekonomi pada tahun 2021 yang tercatat sebesar 3,7%.

Kepemimpinan yang diperlukan untuk mendorong pemulihan pascapandemi di satu sisi menuntut tanggung jawab. Secara khusus, para pemimpin dari sektor pemerintah maupun swasta memiliki kewajiban untuk membangun kembali industri, mengatur kembali dan memperkuat rantai pasokan, serta mendukung perusahaan dan tenaga kerja yang paling terpuak oleh gejolak ekonomi tersebut. Sektor-sektor bisnis, di antaranya yang terhubung dengan aktivitas perjalanan, pariwisata, dan perhotelan, masih berjuang untuk pulih dari pandemi.

Pertanggungjawaban Pelaksanaan Tugas Kami di tengah situasi bisnis dan ekonomi yang dinamis sepanjang tahun 2022, Dewan Komisaris telah meningkatkan pengawasan terhadap pengelolaan Perseroan oleh Direksi agar dapat memberikan masukan dan rekomendasi kepada Direksi termasuk dalam hal perencanaan dan pengimplementasian Rencana Kerja dan Anggaran Perseroan. Kinerja Direksi dinilai secara konsisten dalam rapat internal dimana kami membahas kinerja dan rencana bisnis Hanwha Life, serta strategi yang diusulkan oleh Direksi.

Melalui laporan ini, Dewan Komisaris menyampaikan laporan pertanggungjawaban atas pelaksanaan fungsi pengawasan dan pemberian nasihat kepada Direksi selama tahun buku 2022.

### Penilaian Kinerja Direksi

Sebagai bagian dari fungsi pengawasan, Dewan Komisaris telah melakukan penilaian menyeluruh atas kinerja Direksi berdasarkan pada beberapa indikator kinerja utama. Hasil pelaksanaan pengawasan Dewan Komisaris menunjukkan bahwa Direksi telah merumuskan rencana dan strategi bisnis yang akurat sejalan dengan kapabilitas Hanwha Life dan mencerminkan prospek bisnis yang diusulkan pada awal tahun. Direksi telah mengakomodasi dan mengantisipasi dinamika makroekonomi dan industri yang dipengaruhi oleh pandemi Covid-19 yang berkepanjangan.



Dear respected Shareholders and Stakeholders,

Year 2022 presented a challenge to the government in accelerating the economic growth as the pandemic Covid-19 cases eased. The increasing business activities helped sustain the speed of Indonesian economic recovery. The Central Bureau of Statistics reported that the Indonesian economy grew at the pace of 5.31% in year 2022, which was higher compared to economic growth in year 2021 that grew 3.7%.

Leadership during the post pandemic recovery period demands responsibility. Specifically, leaders from government and business have an obligation to rebuild industries, reorganize and strengthen supply chains, and support the companies and sections of the workforce that are hardest hit by the turmoil. Sectors like those connected to travel, tourism and hospitality, for example, are still struggling in the aftermath of the pandemic.

The Accountability of Our Duties Amid the business and economic dynamics throughout the year 2022, the Board of Commissioners intensified its oversight against the Company's management by the Board of Directors to provide inputs and recommendations to the Board of Directors including in planning and implementing the Company's Work Plan and Budget. The performance of the Board of Directors is consistently assessed during internal meetings where we discussed Hanwha Life performances and business plans as well as the strategies proposed by the Board of Directors.

In this report, the Board of Commissioners would like to present the accountability report on the implementation of oversight/supervisory function and advising the Board of Directors during the book year of 2022.

### Assessment of the Board of Directors' Performance

As part of the oversight function, the Board of Commissioners has launched a comprehensive assessment upon the performance of the Board of Directors. The results of the Board of Commissioners' oversight implementation suggested that the Board of Directors has formulated the accurate business plans and strategies in line with Hanwha Life's capabilities and represent the business prospect proposed in early of the year. The Board of Directors has accommodated and anticipated the macroeconomic and industrial dynamics that were affected with the prolonged Covid-19 pandemic.

Dewan Komisaris dalam hal ini mengapresiasi kepemimpinan Direksi yang kuat dalam menavigasi Hanwha Life yang membawahi sebuah ekosistem yang luas dan terus berkembang dalam rangka mempertahankan kehadirannya di industri asuransi jiwa di Indonesia. Tahun 2022, Hanwha Life telah menerima 2 penghargaan dari Top Governance Risk Compliance (GRC) Awards 2022 untuk kategori Top GRC Awards 2022 level 4 Stars (Sangat Baik) serta kategori the Most Committed GRC Leader 2022. Selain itu Hanwha Life juga meraih peringkat level sangat baik di ajang penghargaan Top Digital Awards 2022 dengan meraih 5 (lima) Stars (Sangat Baik). Dewan Komisaris melihat bahwa Direksi telah menyusun rencana bisnis yang baik dan mengimplementasikannya dengan hati-hati melalui berbagai inisiatif strategis yang telah membangun fundamental Perseroan yang solid dan membuka jalan bagi masa depan kami yang berkelanjutan.

### Pandangan Mengenai Prospek Bisnis

Dewan Komisaris telah mengevaluasi prospek usaha yang diusulkan oleh Direksi untuk tahun mendatang dalam sebuah pembahasan saat rapat Rencana Kerja dan Anggaran Tahun 2022.

Kami memandang prospek usaha yang diusulkan telah mengakomodasi seluruh masukan dan rekomendasi dari Dewan Komisaris serta mempertimbangkan secara cermat proyeksi nasional.

The Board of Commissioners in this regard applauded the Board of Directors' strong leadership in navigating Hanwha Life that manages an extensive and increasingly expanded ecosystem to continue its presence in life-insurance industry in Indonesia. In 2022, Hanwha Life received 2 awards from the Top Governance Risk Compliance (GRC) Awards 2022 for the Top GRC Awards 2022 level 4 Stars (Very Good) category and the Most Committed GRC Leader 2022 category. In addition, Hanwha Life also achieved a very high-level rating in the Top Digital Awards 2022 award by winning 5 (five) Stars (Very good). The Board of Commissioners saw the Board of Directors have set up a good business plan and implement it carefully through various strategic initiatives that build up the fundamental of the Company and pave way for our sustainable future.

### The Business Prospect Overview

The Board of Commissioners has been evaluating the business prospect proposed by the Board of Directors for the upcoming year which have been deliberated in 2022.

We view the business prospects have accommodated all inputs and recommendations from the Board of Commissioners as well as carefully consider the national projections.

Terima kasih. Salam Hangat,  
Thank you. With Love,

**Kim Jun IL**

**Komisaris Utama**  
President Commissioner

## Laporan Direksi

Board of Directors Report



Selama tahun 2022 untuk Pendapatan Premi mengalami pertumbuhan sebesar 7% dibanding tahun 2021. Selain itu, Premi Tahun Lanjutan pun tumbuh secara signifikan sebesar 21%. Hal ini menunjukkan kualitas bisnis perusahaan yang sehat dan mampu bersaing untuk tahun-tahun selanjutnya,

Di sisi permodalan, Risk-Based Capital (RBC) terpantau solid di level 5130.15% di akhir tahun, jauh di atas persyaratan minimum regulasi yaitu 120%.



*The Company's business achievement for 2022 for Premium Income has grown by 7% compared to 2021. Besides that, Renewal Premium also increased significantly by 21%. This shows the quality of the Company's business that is healthy and capable compete for the following years.*

*Regarding capital, Risk-Based Capital (RBC) remains solid at 5130.15% at the end of the year, which was far ahead of the minimum regulatory requirement of 120%.*

### Namkoong Hoon (Steven)

Direktur Utama & CEO | President Director & CEO





Para Nasabah, Pemegang Saham, Mitra Bisnis, dan Pemangku Kepentingan,

Saya mewakili Direksi dan manajemen, ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada para nasabah, pemegang saham, mitra bisnis, dan pemangku kepentingan kami yang terhormat. Meskipun industri asuransi menghadapi tantangan karena pandemi dan dampak ekonomi, namun berkat kepercayaan dan kolaborasi dari nasabah, agen, mitra bisnis, karyawan, regulator dan pemangku kepentingan mampu mendukung Hanwha Life Indonesia untuk melalui tahun 2022 dengan baik. Kami sangat menghargai dukungan Anda dan kami berharap dapat terus memperkuat hubungan kami dengan Anda semua.

Seperti yang kita ketahui bersama, pandemi Covid-19 perlahan mulai mereda di tahun 2022. Kinerja industri asuransi jiwa pun kian meningkat dan turut mendorong laju pemulihan ekonomi nasional. Berdasarkan data AAJI, sampai dengan 31 Desember 2022 total tertanggung industri asuransi jiwa berjumlah 85,01 juta orang, angka ini meningkat 30,4% jika dibandingkan dengan tahun 2021. Hasil ini memberikan kepercayaan kepada industri asuransi jiwa bahwa masyarakat semakin menyadari pentingnya perlindungan asuransi jiwa sebagai salah satu perencanaan keuangan masa depan.

Melihat prospek industri asuransi di masa depan yang kian membaik, Perusahaan akan terus berusaha untuk memberikan perlindungan terhadap masyarakat Indonesia dan meningkatkan nilai hidup melalui beragam produk dan layanan sebagai bukti cinta Hanwha Life Indonesia terhadap seluruh masyarakat.

Melalui laporan ini, Direksi hendak menyampaikan laporan pertanggungjawaban atas pelaksanaan manajemen/kepengurusan sepanjang tahun 2022.



Dear Customers, Shareholders, Business Partners, and Stakeholders,

*As a representative of the Board of Directors and management, I would like to express our utmost gratitude to our respected customers, shareholders, business partners, and stakeholders. Even though the insurance industry faced a challenging year due to the pandemic and its economic impact, the trust and collaboration from customers, agents, business partners, employees, regulators, and shareholders has enabled Hanwha Life Indonesia to successfully finish the year of 2022. We highly appreciate your support, and we hope to continue strengthening our relationship with all of you.*

*As we all know, the pandemic Covid-19 is slowly starting to recede in 2022. The performance of the life insurance sector is also improving and has accelerated the pace of the national economy recovery. According to AAJI data, 85.01 million people were insured by the entire life insurance business as of 31 December 2022, this figure increased by 30.4% compared to 2021. These findings reassure the life insurance industry that consumers are becoming more and more aware of the importance of life insurance protection as part of long-term financial planning.*

*Seeing the prospects of insurance industry that are getting better, Company will continue to strive to provide protection for the Indonesian society and to add the value of life through various products and services as proof of Hanwha Life Indonesia's love for Indonesian society.*

*Through this report, the Board of Directors would like to present the accountability report on the implementation of management function during 2022.*

## Kinerja Bisnis & Keuangan

Meskipun pencapaian Annualized Premium Equivalent (APE) dari keseluruhan distribusi penjualan mengalami penurunan dari tahun sebelumnya, tetapi pencapaian bisnis Perusahaan selama tahun 2022 untuk Pendapatan Premi mengalami pertumbuhan sebesar 7% dibanding tahun 2021. Selain itu, Premi Tahun Lanjutan pun tumbuh secara signifikan sebesar 21%. Hal ini menunjukkan kualitas bisnis perusahaan yang sehat dan mampu bersaing untuk tahun-tahun selanjutnya,

Di sisi permodalan, Risk-Based Capital (RBC) terpantau solid di level 5130.15% di akhir tahun, jauh di atas persyaratan minimum regulasi yaitu 120%.

Pada akhir tahun 2022, Hanwha Life Indonesia telah mendapatkan persetujuan OJK atas rencana akuisisi perusahaan asuransi umum yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, yaitu PT Lippo General Insurance, Tbk. Melalui akuisisi ini, diharapkan dapat menjadi kolaborasi dan sinergi yang baik untuk mengembangkan bisnis asuransi secara jangka panjang dan menyeluruh di Indonesia.

Sepanjang tahun 2022, Hanwha Life Indonesia berhasil meraih beberapa penghargaan dan pengakuan dalam berbagai kategori, antara lain Top GRC Awards 2022 #4 stars & The Most Committed GRC Leader dari Top Business, Top Financial Performance and Prioritizing Customer Needs Through Insurance Product and Service (Kategori Asuransi Jiwa dengan total aset Rp1 triliun s/d Rp5 triliun) dari Warta Ekonomi dan Indonesian K-Brand Awards 2022 - Silver Champion dari Markplus.

Komitmen kami untuk mewujudkan perusahaan asuransi berbasis teknologi juga telah mendapatkan pengakuan melalui penghargaan, Top Digital Awards 2022 #5 stars & Top Leader on Digital Implementation from Top Business and The Most Innovative Life Insurance for the Implementation of Digital Technology for Business Ecosystem Development dari Warta Ekonomi.

Selain itu, Direktur & CCO kami, Alexander Febriano Widjanarko juga mendapatkan penghargaan sebagai Top 200 The Next Leaders 2022 dari Infobank.

## Business & Financial Performance

*Even though the Annualized Premium Equivalent (APE) achievement of the overall sales distribution has decreased from the previous year, the Company's business achievement for 2022 for Premium Income has grown by 7% compared to 2021. Besides that, Renewal Premium also increased significantly by 21%. This shows the quality of the Company's business that is healthy and capable compete for the following years.*

*Regarding capital, Risk-Based Capital (RBC) remains solid at 5130.15% at the end of the year, which was far ahead of the minimum regulatory requirement of 120%.*

*By the end of 2022, Company has received OJK's approval for the planned acquisition of a general insurance company listed on the Indonesia Stock Exchange, namely PT Lippo General Insurance, Tbk. Through this acquisition, it is that there will be a good collaboration & synergy to develop the long-term and comprehensive insurance business in Indonesia.*

*Throughout 2022, Hanwha Life Indonesia won several awards and recognitions in various categories, among others were the Top GRC Awards 2022 #4 stars & The Most Committed GRC Leader from Top Business, Top Financial Performance and Prioritizing Customer Needs Through Insurance Product and Service (Life Insurance Category with total assets of IDR 1 trillion to IDR 5 trillion) from Warta Ekonomi and Indonesian K-Brand Awards 2022 - Silver Champion from Markplus.*

*Our commitment to creating a technology-based insurance company has also received recognition through Top Digital Awards 2022 #5 stars & Top Leader on Digital Implementation from Top Business and The Most Innovative Life Insurance for the Implementation of Digital Technology for Business Ecosystem Development from Warta Ekonomi.*

*In addition to that, our Director & CCO, Alexander Febriano Widjanarko was also awarded as Top 200 The Next Leaders 2022 from Infobank.*

### Perubahan Komposisi Direksi

Pada tahun 2022, terdapat 2 (dua) kali perubahan susunan Direksi Perusahaan. Saya, Namkoong Hoon, yang sebelumnya menjabat sebagai Chief Marketing Strategy Officer di Perusahaan telah ditunjuk sebagai Direktur Utama dan Chief Executive Officer pada Agustus 2022 menggantikan Yeom Kyung Seon. Sementara itu, jabatan Direktur & Chief Financial Officer yang sebelumnya ada pada Kwon Gi Han telah beralih kepada Kim Si Jun pada Oktober 2022.

Kami ingin mengucapkan terima kasih atas kontribusi dari Yeom Kyung Seon dan Kwon Gihan terhadap pertumbuhan kesuksesan Perusahaan dan kami mendoakan yang terbaik untuknya di masa depan.

### Strategi Bisnis

Di tahun 2023, Perusahaan akan melanjutkan rencana yang sudah dimulai, yaitu memperkuat tenaga penjual melalui jalur keagenan, memberikan pelatihan yang dapat menjadi bekal dalam melakukan proses penjualan. Selain itu, Perusahaan juga berusaha menambah rekanan baik bank maupun bukan bank yang diharapkan dapat memberikan kontribusi penjualan.

Penguatan akan sarana dan infrastruktur yang mendukung penjualan dan proses administrasi melalui keunggulan teknologi informasi juga menjadi prioritas Perusahaan. Diharapkan, usaha komprehensif yang dilakukan tersebut dapat memberikan hasil yang positif bagi Perusahaan.

Seperti di tahun-tahun sebelumnya, meskipun memiliki target pertumbuhan perolehan premi yang tinggi, Perusahaan tetap mengedepankan prinsip kehati-hatian dalam menjalankan bisnisnya. Dalam hal berinvestasi, Perusahaan juga akan selalu berhati-hati dan menghindari penempatan investasi yang memiliki risiko tinggi. Selain itu, kebijakan monitoring biaya yang sudah berjalan selama ini akan tetap diteruskan.

Perusahaan juga akan terus agresif untuk membuka bisnis di wilayah-wilayah potensial di Indonesia. Selain itu Model bisnis baru dengan target masyarakat Mass Affluent juga akan terus dikembangkan di tahun 2023.

Dan yang terpenting, Perusahaan akan berusaha untuk menjadi semakin baik dari hari ke hari dan berusaha untuk melindungi lebih banyak keluarga Indonesia, sehingga dapat berkontribusi lebih jauh lagi bagi perkembangan industri asuransi jiwa di Indonesia.

### Changes to the Board of Directors Composition

*In 2022, there were 2 (two) changes to the composition of the Company's Board of Directors. Including me, Namkoong Hoon, who previously served as Chief Marketing Strategy Officer of the Company, have been appointed as President Director and Chief Executive Officer in August 2022 replacing Yeom Kyung Seon. Meanwhile, the position of Director & Chief Financial Officer that previously chaired by Kwon Gihan has shifted to Kim Si Jun in October 2022.*

*We would like to express our gratitude to Yeom Kyung Seon and Kwon Gi Han for their contributions to the Company's growth and we wish them all the best in their future endeavours.*

### Business Strategies

*In 2023, Company will continue the plan that has been started, namely strengthening the sales force through the agency channel, providing training that can become provision in carrying out the sales process. In addition, the Company is also trying to add partners, both banks and non-banks, which are expected to contribute to sales.*

*Strengthening the facilities and infrastructure that support sales and administrative processes through superior information technology is also a priority for the Company. It is hoped that the comprehensive efforts undertaken can provide positive results for the Company.*

*As in previous years, even though it has a high premium growth target, the Company continues to prioritize the principle of prudence in conducting its business. In terms of investing, Company will always be careful and avoid placing high-risk investments. In addition, the cost monitoring policy that has been running so far will continue.*

*Company will also continue to be aggressive in opening businesses in potential areas in Indonesia. In addition, new business models targeting the Mass Affluent community will also continue to be developed in 2023.*

*And most importantly, Company will continue to improve day by day and to protect more Indonesian families while also contribute more to the growth of the life insurance industry in Indonesia.*

Atas nama Direksi PT Hanwha Life Insurance Indonesia  
On behalf of the Board of Directors PT Hanwha Life Insurance Indonesia

**Namkoong Hoon  
(Steven)**

Direktur Utama & CEO of Hanwha Life Indonesia  
President Director & CEO of Hanwha Life Indonesia





Profil Manajemen  
*Management Profile*







## Profil Dewan Komisaris

Board of Commissioners Profile

### Kim Jun IL

**Komisaris Utama** | *President Commissioner*

**Kebangsaan: Korea Selatan** | *Nationality: Republic of Korea*

Kim Jun IL lahir pada 13 Juni 1971. Beliau menjabat sebagai Komisaris Utama Perusahaan.

Kim Jun IL merupakan lulusan Program Matematika dari Korea University pada tahun 1998 lalu kemudian mengambil program master Ilmu Asuransi dari Hanyang University dan lulus pada tahun 2019. Beliau juga memiliki gelar Certified Risk Governance Professional (CRGP).

Beliau mengawali karirnya di Hanwha Life Insurance Co., Ltd pada tahun 1998 sebagai *Sales Office Assistant Manager*. Kemudian beliau juga dipercaya untuk bergabung dalam berbagai tim seperti Aktuarial, Management Control, Finance & Actuarial, M&A Task Force, Advance Business Management Task Force, Innovation Process, dan sebagainya. Atas dedikasi beliau berkarir di Hanwha Life Insurance Co., Ltd selama hampir 25 tahun, saat ini beliau juga dipercaya untuk menjabat sebagai Head of IFRS Team.

Kim Jun IL diangkat sebagai Komisaris Utama Perusahaan berdasarkan Akta No. 3 tanggal 7 Agustus 2018 serta Keputusan OJK No. KEP-675/NB.11/2018 tanggal 18 Juli 2018.

*Kim Jun IL was born on June 13, 1971. He serves as the President Commissioner of the Company.*

*Kim Jun IL graduated in 1998 from Korea University majoring in Mathematics Program and then took the Master program in Insurance Science from Hanyang University and graduated in 2019. Beliau juga memiliki gelar Certified Risk Governance Professional (CRGP).*

*He started his career at Hanwha Life Insurance Co., Ltd in 1998 as Sales Office Assistant Manager. Then he was also trusted to join various teams such as Actuarial, Management Control, Finance & Actuarial, M&A Task Force, Advance Business Management Task Force, Innovation Process, and so on. For his dedication to his career at Hanwha Life Insurance Co., Ltd for nearly 25 years, he is currently also entrusted to serves as Head of IFRS Team.*

*Kim Jun IL was appointed as the President Commissioner of the Company based on Deed No. 3 dated 7 August 2018 and OJK Decree No. KEP-675/NB.11/2018 dated 18 July 2018.*





## Profil Dewan Komisaris

Board of Commissioners Profile



### Amran Nangasan

**Komisaris Independen | Independent Commissioner**  
**Kebangsaan: Indonesia | Nationality: Republic of Indonesia**

Amran Nangasan lahir pada 22 Februari 1951. Beliau menjabat sebagai Komisaris Independen Perusahaan.

Amran Nangasan merupakan lulusan Fakultas Ilmu Pasti dan Ilmu Alam dari Universitas Indonesia pada tahun 1980 kemudian mengambil program magister Ilmu Aktuaria dari University of Philippines dan lulus pada tahun 1990.

Beliau juga telah lulus sebagai Ajun Ahli Asuransi Indonesia Sektor Jiwa (AAAI-J) pada tahun 1990 dan terdaftar sebagai Fellow of the Society of Actuaries of Indonesia (FSAI) di Persatuan Aktuaris Indonesia (PAI) sejak tahun 2001. Selain itu, beliau juga memiliki gelar Certified Risk Governance Professional (CRGP).

Beliau memulai karirnya di PT Purbajaga sebagai Konsultan Asuransi dan Dana Pensiun. Kemudian memulai karir di bidang Aktuaria di PT Asuransi Bumiputera Pensiun 1974, PT Bumiputera John Hancock dan PT Marein. Amran Nangasan juga pernah menjabat sebagai Direktur di PT Simas Life, PT Simas Lend Lease Life, PT Rama Life, PT AJ Bumi Masyarakat Mandiri.

Selain itu, beliau juga mendirikan perusahaan konsultan aktuaria, Firma Tubagus Syafrial & Amran Nangasan (d/h PT KAIA Magna Consulting) pada tahun 2005. Beliau juga pernah tercatat sebagai Aktuaris Perusahaan di PT Jamsostek sejak tahun 2008-2011.

Amran Nangasan diangkat sebagai Komisaris Independen Perusahaan berdasarkan Akta No. 10 tanggal 10 November 2011 serta Keputusan OJK No. KEP-514/BL/2011 tanggal 26 September 2011.

*Amran Nangasan was born on February 22, 1951. He serves as Independent Commissioner of the Company.*

*Amran Nangasan graduated from the Faculty of Exact and Natural Sciences from the University of Indonesia in 1980 and then took the Master program in Actuarial Science from the University of the Philippines and graduated in 1990.*

*He has also graduated as Adjutant Indonesian Life Insurance Expert (AAAI-J) in 1990 and registered as Fellow of the Society of Actuaries of Indonesia (FSAI) at the Indonesian Actuaries Association (PAI) since 2001. In Addition to that, he also hold the Certified Risk Governance Professional (CRGP) title.*

*He started his career at PT Purbajaga as an Insurance and Pension Fund Consultant. Then began his career in the actuarial field at PT Asuransi Bumiputera Pension 1974, PT Bumiputera John Hancock and PT Marein. Amran Nangasan has also served as Director at PT Simas Life, PT Simas Lend Lease Life, PT Rama Life, PT AJ Bumi Masyarakat Mandiri.*

*In addition, he also founded an actuarial consulting firm, Firma Tubagus Syafrial & Amran Nangasan (formerly PT KAIA Magna Consulting) in 2005. He was also registered as a Company Actuary at PT Jamsostek from 2008-2011.*

*Amran Nangasan was appointed as Independent Commissioner of the Company based on Deed No. 10 dated 10 November 2011 and OJK Decree No. KEP-514/BL/2011 dated 26 September 2011.*



### Muhamad Ichsan

**Komisaris Independen | Independent Commissioner**  
**Kebangsaan: Indonesia | Nationality: Republic of Indonesia**

Muhamad Ichsan lahir pada 2 Januari 1971. Beliau menjabat sebagai Komisaris Independen Perusahaan.

Muhamad Ichsan merupakan lulusan program Teknik Mesin dari Universitas Trisakti pada tahun 1995 kemudian mengambil program magister Keuangan dari American University, Washington DC dan lulus pada tahun 1998.

Beliau mengawali karirnya di S.C. Back Associates Inc. kemudian di Ferris Baker Watts Inc. Washington DC. Muhamad Ichsan juga pernah berkarir sebagai Financial Planner di bidang Land Lease, Primeplanner dan Family Financial serta konsultan di PT Panin Life Tbk.

Selanjutnya, beliau juga pernah berkecimpung di dunia pendidikan sebagai Direktur Program di Institute Financial Planning Indonesia dan menjadi dosen di berbagai instansi pendidikan, seperti STAN Executive Development Program (ChFC Program), Binus University, Universitas Airlangga, Universitas Indonesia, Universitas Gajah Mada, Universitas Pelita Harapan, dan Perbanas Institute.

Saat ini beliau juga sedang menjabat sebagai CEO di Financial Planning Standards Board Indonesia (FPSB Indonesia). Selain itu, beliau juga memiliki gelar Certified Risk Governance Professional (CRGP).

Muhamad Ichsan diangkat sebagai Komisaris Independen Perusahaan berdasarkan Akta No. 84 tanggal 23 Desember 2015 serta Keputusan OJK No. KEP-811/NB.11/2015 tanggal 13 November 2015.

*Muhamad Ichsan was born on January 2, 1971. He serves as the Independent Commissioner of the Company.*

*Muhamad Ichsan graduated from the Mechanical Engineering program from Trisakti University in 1995 then took the Master in Finance program from American University, Washington DC and graduated in 1998.*

*He started his career at S.C. Back Associates Inc. then at Ferris Baker Watts Inc. Washington DC. Muhamad Ichsan also had a career as a Financial Planner in the fields of Land Lease, Primeplanner and Family Financial as well as a consultant at PT Panin Life Tbk.*

*Furthermore, he has also been involved in the world of education as Program Director at the Indonesian Financial Planning Institute and has been a lecturer at various educational institutions, such as the STAN Executive Development Program (ChFC Program), Binus University, Airlangga University, University of Indonesia, Gajah Mada University, Pelita University, Harapan, and Perbanas Institute.*

*Currently, he is also serving as CEO of the Financial Planning Standards Board Indonesia (FPSB Indonesia). In Addition, he also hold the Certified Risk Governance Professional (CRGP) title.*

*Muhamad Ichsan was appointed as the Company's Independent Commissioner based on Deed No. 84 dated 23 December 2015 and OJK Decree No. KEP-811/NB.11/2015 dated 13 November 2015.*





## Profil Direksi

Board of Directors Profile





## Profil Direksi

Board of Directors Profile



### Namkoong Hoon

**Direktur Utama** | *President Director*

**Kebangsaan: Korea Selatan** | *Nationality: Republic of Korea*

Namkoong Hoon lahir pada 31 May 1977. Beliau menjabat sebagai Direktur Utama & Chief Executive Officer Perusahaan.

Namkoong Hoon merupakan lulusan dari Kyung Hee University, Korea Selatan dengan jurusan Ekonomi pada tahun 2004. Beliau juga memiliki gelar Certified Risk Governance Professional (CRGP).

Beliau memulai karirnya di Hanwha Life Insurance Co., Ltd pada tahun 2004 sebagai Sales Office Junior Manager. Setelah hampir 13 tahun berkarir di Hanwha Life Insurance Co., Ltd baik di kantor pusat maupun kantor pemasaran, pada tahun 2017 beliau dipercaya untuk menjabat sebagai Deputy Chief Agency Officer di Hanwha Life Indonesia hingga akhirnya diangkat sebagai Chief Marketing Strategy Officer Perusahaan pada tahun 2018.

Namkoong Hoon diangkat sebagai Direktur Utama Perusahaan berdasarkan Akta No. 10 tanggal 15 September 2022 serta Keputusan OJK No. KEP-522/NB.11/2022 tanggal 22 Agustus 2022.

*Namkoong Hoon was born on May 31, 1977. He serves as President Director & Chief Executive Officer of the Company.*

*Namkoong Hoon graduated from Kyung Hee University, South Korea with a major in Economics in 2004. He also holds a Certified Risk Governance Professional (CRGP) title.*

*He started his career at Hanwha Life Insurance Co., Ltd in 2004 as Sales Office Junior Manager. After nearly 13 years of career at Hanwha Life Insurance Co., Ltd both at the head office and marketing office, in 2017 he was trusted to serve as Deputy Chief Agency Officer at Hanwha Life Indonesia until finally being appointed as the Company's Chief Marketing Strategy Officer in 2018.*

*Namkoong Hoon was appointed as the President Director of the Company based on Deed No. 10 dated 15 September 2022 and OJK Decree No. KEP-522/NB.11/2022 dated 22 August 2022.*



### Kim Si Jun

**Direktur** | *Director*

**Kebangsaan: Korea Selatan** | *Nationality: Republic of Korea*

Kim Si Jun lahir pada 17 Oktober 1980. Beliau menjabat sebagai Direktur dan Chief Financial Officer Perusahaan.

Kim Si Jun merupakan lulusan program Economics & World Commerce dari Soongsil University pada tahun 2007. Beliau kemudian melanjutkan pendidikannya dengan mengambil program master Business Administration dari Yonsei University dan lulus pada tahun 2018. Kim Si Jun juga memiliki gelar Associate Life Management Institute (ALMI), Associate Qualification in Islamic Finance (AQIF) dan Certified Risk Governance Professional (CRGP).

Beliau memulai karirnya di Hanwha Life Insurance Co., Ltd pada tahun 2006 sebagai In-house Consultant pada Retirement Pension Team. Kemudian beliau juga diutus untuk menjadi MI dan Deal Source di Malaysia pada tahun 2012-2013. Selanjutnya beliau dipercaya untuk memimpin tim B2B Channel Strategy sampai tahun 2018 dan tim Overseas Business Management hingga tahun 2020. Kim Si Jun kemudian diangkat menjadi Deputy General Manager pada tim Global Strategy Division yang menangani berbagai proyek strategi investasi.

Kim Si Jun diangkat sebagai Direktur Perusahaan berdasarkan Akta No. 6 tanggal 3 November 2022 serta Keputusan OJK No. KEP-619/NB.11/2022 tanggal 18 Oktober 2022.

*Kim Si Jun was born on October 17, 1980. He serves as the Director and Chief Financial Officer of the Company.*

*Kim Si Jun graduated from the Economics & World Commerce program from Soongsil University in 2007. He then continued his education by taking the Master of Business Administration program from Yonsei University and graduated in 2018. Kim Si Jun also holds an Associate Life Management Institute (ALMI) degree and Associate Qualification in Islamic Finance (AQIF) and Certified Risk Governance Professional (CRGP).*

*He started his career at Hanwha Life Insurance Co., Ltd in 2006 as an In-house Consultant for the Retirement Pension Team. Then he was also sent to become MI and Deal Source in Malaysia in 2012-2013. Subsequently he was entrusted with leading the B2B Channel Strategy team until 2018 and the Overseas Business Management team until 2020. Kim Si Jun was then appointed Deputy General Manager of the Global Strategy Division team which handles various investment strategy projects.*

*Kim Si Jun was appointed as Director of the Company based on Deed No. 6 dated 3 November 2022 and OJK Decree No. KEP-619/NB.11/2022 dated 18 October 2022.*

## Profil Direksi

Board of Directors Profile



### R.R. Francisca M. Ruswita

**Direktur | Director**

**Kebangsaan: Indonesia | Nationality: Republic of Indonesia**

RR Francisca M. Ruswita lahir pada 1 September 1967. Beliau menjabat sebagai Direktur dan Chief Operating Officer Perusahaan.

RR Francisca M. Ruswita merupakan lulusan Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam dari Universitas Indonesia pada tahun 1992.

Beliau juga telah lulus sebagai Fellow of the Society of Actuaries of Indonesia (FSAI) pada tahun 1999 dan terdaftar sebagai di Persatuan Aktuaris Indonesia (PAI) sejak tahun 2001. Selain itu, beliau juga memiliki gelar Certified Risk Governance Professional (CRGP).

Beliau mengawali karirnya di PT Asuransi Winterthur Life Indonesia sebagai Staf Sales pada tahun 1992 hingga terakhir menjabat sebagai Aktuaris Perusahaan pada tahun 2010. Kemudian, beliau menjabat sebagai Aktuaris Perusahaan di PT Zurich Topas Life sejak tahun 2010 – 2016. Beliau kemudian menjabat sebagai Chief Actuary di PT Hanwha Life Insurance Indonesia hingga tahun 2017.

RR Francisca M. Ruswita diangkat sebagai Direktur Perusahaan berdasarkan Akta No. 39 tanggal 20 Oktober 2017 serta Keputusan OJK No. KEP-453/NB.11/2017 tanggal 10 Agustus 2017.

*RR Francisca M. Ruswita was born on September 1, 1967. She serves as the Company's Director and Chief Operating Officer.*

*RR Francisca M. Ruswita graduated from the Faculty of Mathematics and Natural Sciences from the University of Indonesia in 1992.*

*She has also graduated as a Fellow of the Society of Actuaries of Indonesia (FSAI) in 1999 and has been registered with the Indonesian Actuaries Association (PAI) since 2001. In addition, she also holds a Certified Risk Governance Professional (CRGP) title.*

*She started her career at PT Asuransi Winterthur Life Indonesia as a Sales Staff in 1992 until her last position was as Company Actuary in 2010. Then, She served as Company Actuary at PT Zurich Topas Life from 2010 – 2016. She then served as Chief Actuary at PT Hanwha Life Insurance Indonesia until 2017.*

*RR Francisca M. Ruswita was appointed as Director of the Company based on Deed no. 39 dated 20 October 2017 and OJK Decree No. KEP-453/NB.11/2017 dated 10 August 2017.*



### Alexander Febriano Widjanarko

**Direktur | Director**

**Kebangsaan: Indonesia | Nationality: Republic of Indonesia**

Alexander Febriano Widjanarko lahir pada 5 Februari 1981. Beliau menjabat sebagai Direktur dan Chief of Culture & Compliance Officer Perusahaan.

Beliau merupakan lulusan Ilmu Hukum dari Universitas Trisakti pada tahun 2004. Alexander Febriano Widjanarko juga memiliki gelar Certified Enterprise Risk Governance (CERG), Qualified Chief Risk Officer (QCRO) dan Certified Risk Governance Professional (CRGP).

Alexander Febriano Widjanarko mengawali karirnya sebagai Staf Hukum di PT Bank Ekonomi Raharja Tbk pada tahun 2005. Kemudian, beliau pernah menjabat sebagai Staf Hukum Senior di PT Kalbe Farma Tbk, PT Dos Ni Roha pada tahun 2006 – 2008 dan tahun 2008 – 2010. Beliau kemudian menjabat sebagai Legal Manager di PT Pacific Fiber Indonesia (RGE Group) pada tahun 2010 - 2013.

Beliau memulai karir di bidang asuransi dengan menjadi Head of Legal, Compliance & Corporate Secretary di PT Asuransi Jiwa Sequis Life sejak tahun 2013 – 2019. Alexander Febriano Widjanarko juga pernah menjabat sebagai Komisaris pada PT AJWCS Sinergi Satu dan PT AJWCS Sinergi Dua pada tahun 2019.

Alexander Febriano Widjanarko diangkat sebagai Direktur Perusahaan berdasarkan Akta No. 1 tanggal 4 Maret 2020 serta Keputusan OJK No. KEP-59/NB.11/2020 tanggal 24 Februari 2020.

*Alexander Febriano Widjanarko was born on February 5, 1981. He serves as the Director and Chief of Culture & Compliance Officer of the Company.*

*He is a Law graduate from Trisakti University in 2004. Alexander Febriano Widjanarko also holds the title of Certified Enterprise Risk Governance (CERG), Qualified Chief Risk Officer (QCRO) and Certified Risk Governance Professional (CRGP).*

*Alexander Febriano Widjanarko started his career as Legal Staff at PT Bank Ekonomi Raharja Tbk in 2005. Then, he served as Senior Legal Staff at PT Kalbe Farma Tbk PT Dos Ni Roha in 2006 – 2008 and 2008 – 2010. He then served as Legal Manager at PT Pacific Fiber Indonesia (RGE Group) from 2010 until 2013.*

*He started his career in the insurance sector by becoming Head of Legal, Compliance & Corporate Secretary at PT Asuransi Jiwa Sequis Life from 2013 – 2019. Alexander Febriano Widjanarko also served as Commissioner at PT AJWCS Sinergi Satu and PT AJWCS Sinergi Dua in 2019.*

*Alexander Febriano Widjanarko was appointed as Director of the Company based on Deed No. 1 March 4, 2020 and OJK Decree No. KEP-59/NB.11/2020 dated 24 February 2020.*





## Profil Pejabat Perusahaan

Chief of the Company Profile

### Han Changwoo

**Chief Marketing Strategy Officer**

**Kebangsaan: Korea Selatan | Nationality: Republic of Korea**



Han Changwoo lahir pada 24 November 1983. Beliau menjabat sebagai Chief Marketing Strategy Officer Perusahaan.

Han Changwoo lulus dari Youngnam University pada tahun 2010 dengan mengambil jurusan Administrasi Publik. Beliau juga memiliki sertifikasi Variable Insurance Sales Manager dan Insurance Planner dari Korea Life Insurance Association. Beliau juga memiliki gelar Certified Risk Governance Professional (CRGP).

Han Changwoo memulai karirnya di Hanwha Life Insurance Co., Ltd pada tahun 2010 sebagai Junior Manager di salah satu kantor cabang dan dipercayakan bergabung ke berbagai tim seperti Tied-Agency Management, Human Resource Management hingga terakhir menjabat sebagai manajer di Global Strategy Division sebelum ditugaskan di Indonesia.

Beliau diangkat sebagai Chief Marketing Strategy Officer berdasarkan Surat Keputusan Direksi No. 00270A/HLI-SK/12/2022 tanggal 13 Desember 2022.

*Han Changwoo was born on November 24th, 1983. He is the Company's Chief Marketing Strategy Officer.*

*Han Changwoo graduated from Youngnam University in 2010 majoring in Public Administration. He also holds Variable Insurance Sales Manager and Insurance Planner certification from the Korea Life Insurance Association. In addition to that, he also hold the Certified Risk Governance Professional (CRGP) title.*

*Han Changwoo started his career at Hanwha Life Insurance Co., Ltd in 2010 as a Junior Manager in a branch office and was entrusted to join various teams such as Tied-Agency Management, Human Resource Management until his last position was as manager in the Global Strategy Division before being assigned to Indonesia.*

*He was appointed as Chief Marketing Strategy Officer based on Directors Decree No. 00270A/HLI-SK/12/2022 dated 13 December 2022.*



# Kepala Divisi

Head of Division



**Albine Pardede**  
Head of Channel, Product & Communication Division



**Daniel Setiawan**  
Head of Commercial Division



**Fabianus Widarto**  
Head of Recruitment & Development Division



**Selvy Junaedi**  
Head of Compliance Division



**Zaenani Eko Trianto**  
Head of Digital & Information Technology Division



**Pungky Andreas**  
Head of Technical Division



**Reza Utama**  
Head of Policy Servicing Division



**Robertus Deddy Gunawan**  
Head of Corporate Planning Division



**Agustinawati**  
Aktuaris Perusahaan /  
Appointed Actuary



**William A.P. Hutapea**  
Auditor Internal /  
Internal Auditor

**Main Party**  
Pihak Utama





LIFE PLUS Hanwha Life

hadiahkan  
cinta with love



Melindungi setiap momen dalam hidup

Analisis Manajemen  
*Management Analysis*

4





## Produk Hanwha Life Indonesia

Products of 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. Pada tahun 2022 Hanwha Life Indonesia memasarkan berbagai produk melalui berbagai jalur distribusi sebagaimana di bawah ini.

*Hanwha Life Indonesia has various types of life insurance products with various benefits which include unit linked life insurance products, Whole Life Insurance and Term Life Insurance. In 2022 Hanwha Life Indonesia markets various products through various distribution channels as below.*

Jalur Distribusi/ Distribution Channel	Produk & Layanan Products & Services
<b>Keagenan</b> Agency	Hanwha Smart Invest Link Hanwha Max Protection Link Hanwha Link Single Hanwha Future Protection Hanwha Golden Life Plan A Hanwha Golden Life Plan B Hanwha Smart CI Plus Hanwha Saving Protection Hanwha Education Hanwha Premier Health Care
<b>Komersial</b> Commercial	Sejahtera Maxima Link Hanwha Platinum Life Plan A Hanwha Platinum Life Plan B Asuransi Hanwha Bucket List Plan Prima Medika Proteksi Healthy Plus
<b>Kumpulan</b> Group	Hanwha Medi Smart Asuransi Jangka Warsa Asuransi Jangka Warsa Menurun Asuransi Kecelakaan Diri Asuransi Jiwa Kumpulan



## Kanal Distribusi dan Hasil Penjualan

Distribution Channels and Sales Results

Perusahaan memiliki 4 (empat) kanal distribusi untuk memasarkan produknya. Keempat kanal tersebut terdiri dari Keagenan (Agency), Bancassurance, Group Life & Health dan Digital. Untuk dapat mencapai target, Perusahaan senantiasa berupaya mengembangkan tiap kanal distribusinya.

*Company has 4 (four) distribution channels to market its products. The said channels consist of Agency, Bancassurance, Group Life & Health and Digital. To be able to achieve the target, the Company always strives to develop each of its distribution channels.*

**a. Keagenan (Agency)**

Dalam mengembangkan kanal distribusi Keagenan, Perusahaan secara aktif merekrut agen/ tenaga pemasar yang profesional dan berfokus pada nasabah melalui rangkaian perekrutan berkualitas maupun pembekalan pelatihan yang menyeluruh kepada para agen.

**a. Agency**

*In developing the agency distribution channel, Company actively recruits professional and customer- focused agents/marketers through a series of quality recruitment and comprehensive trainings for agents.*

**b. Bancassurance**

Perusahaan menjalin kerjasama dengan bank-bank rekanan dalam memasarkan produk asuransinya. Bank-bank rekanan mereferensikan berbagai produk asuransi Perusahaan yang sesuai dengan kebutuhan nasabahnya.

**b. Bancassurance**

*Company cooperates with banks in marketing its insurance products. Partner banks will reference the Company's insurance products that suit the needs of their customers.*

**c. Group Life & Health**

Untuk memenuhi kebutuhan nasabah kumpulan, Perusahaan juga memasarkan produk asuransi jiwa dan kesehatan kumpulan yang memberikan perlindungan atas risiko penyakit atau kecelakaan serta berbagai manfaat tambahan.

**c. Group Life & Health**

*To provide the needs of group customers, Company also markets group life and health insurance products that provide protection against the risk of illness or accident as well as various additional benefits.*

**d. Digital**

Seiring dengan semakin populernya e-commerce dan teknologi digital. Kemudahan dan efisiensi proses menjadi daya tarik bagi calon nasabah, khususnya calon nasabah angkatan milenial dan generasi Z. Untuk itu, Perusahaan pun telah mengembangkan kanal distribusi melalui digital dengan meluncurkan website serta menjalin kerjasama dengan berbagai Badan Usaha Selain Bank (BUSB) yang bergerak dibidang digital.

**d. Digital**

*Along with the growth of e-commerce and digital technology. The ease and efficiency of the process became an attraction for prospective customers, especially the millennial and generation Z prospective customers. Therefore, Company has also developed a distribution channel through digital by launching sales website and collaborating with various Business Entities Other than Banks that engaged in digital.*

Melalui keempat kanal distribusi tersebut, berikut pencapaian hasil penjualan di tahun 2022.

*Through these four distribution channels, following are the sales result in 2022.*



dalam jutaan Rupiah / in million Rupiah

**Keagenan / Agency**

Item	2021	2022	Pertumbuhan Growth
APE	61.264	55.073	-10%
FYP	47.133	40.393	-14%
GP	72.573	68.230	-6%
Renewal	29.406	35.337	20%

dalam jutaan Rupiah / in million Rupiah

**Bancassurance**

Item	2021	2022	Pertumbuhan Growth
APE	1.937	1.262	-35%
FYP	1.704	1.173	-31%
GP	2.058	2.137	-53%
Renewal	970	1.627	68%

dalam jutaan Rupiah / in million Rupiah

**Kumpulan / Group**

Item	2021	2022	Pertumbuhan Growth
APE	2.098	2.815	34%
FYP	20.864	28.380	36%
GP	25.944	37.607	45%

dalam jutaan Rupiah / in million Rupiah

**Digital**

Item	2021	2022	Pertumbuhan Growth
APE	2.998	2.271	-24%
FYP	2.885	3.468	20%
GP	3.440	3.656	6%

**Kendala Yang Dihadapi Perusahaan***Challenges Faced by the Company*

Tahun 2022 dapat dikatakan sebagai periode yang cukup berat bagi industri asuransi. Meskipun risiko dari Covid-19 sudah jauh menurun dibandingkan tahun sebelumnya, namun beberapa dampaknya masih menjadi faktor yang menjadi kendala dalam kinerja Perusahaan. Adapun berbagai kendala yang dihadapi Perusahaan, seperti:

**1. Kendala terkait Proses Penjualan**

Adanya pandemi Covid-19 membuat sebagian besar agen mengalami perubahan dalam ritme kerja. Diperlukan upaya untuk mendorong mereka kembali berproduksi dan merekrut anggota-anggota baru.

Mengingat tingkat literasi keuangan di Indonesia yang masih rendah, produk asuransi masih merupakan produk yang penjualannya memerlukan penjelasan langsung oleh agen/konsultan keuangan. Adanya pembatasan pertemuan fisik menjadikan proses penjualan menjadi terbatas dan meskipun sudah dialihkan dengan metode secara online, namun proses dan hasilnya belum semaksimal metode secara offline. Kendala ini berpengaruh pada pencapaian pendapatan premi.

**2. Kendala terkait Kemampuan/Daya Beli Masyarakat**

Kondisi perekonomian yang belum sepenuhnya pulih menjadikan masyarakat Indonesia lebih memilih untuk menunda pembelian asuransi atau lebih buruk lagi berhenti melakukan pembayaran premi lanjutan atas polis mereka. Hal ini tidak hanya terjadi di kalangan menengah namun juga di kalangan menengah atas. Kendala ini pun turut berpengaruh pada pencapaian pendapatan premi.

*The year 2022 can be considered quite a tough period for the insurance industry. Despite the fact that Covid-19's risk has significantly dropped from the previous year, certain of its effects continue to limit the Company's performance. Those challenges faced by the Company include:*

**1. Challenges related to the Sales Process**

*The existence of the Covid-19 pandemic has made most of agents change their work rhythm. Efforts are needed to encourage them to return to production and recruit new members.*

*Given the low level of financial literacy in Indonesia, insurance products are still products whose sales require direct explanation by financial agents/consultants. The existence of restrictions on physical meetings makes the sales process limited and even though it has been transferred to the online method, the process and results are not as maximal as the offline method. These constraints affect the achievement of premium income.*

**2. Challenges related to Community Purchasing Ability/Power**

*Economic conditions that have not fully recovered have made Indonesians prefer to postpone purchasing insurance or even worse stop making further premium payments on their policies. This is not only happening in the middle class but also in the upper middle class. These constraints also affect the achievement of premium income.*



**3. Kendala terkait Investasi**

Dalam hal investasi, tahun 2022 lebih baik dibanding tahun 2021. Hal ini tercatat dari kinerja bursa saham, terjaganya stabilitas nilai tukar dan inflasi. Namun demikian, dengan tingginya tren inflasi di negara-negara maju, yang berimbas pada tingginya ekspektasi inflasi di Indonesia, harga pasar obligasi turun cukup signifikan. Perusahaan yang memiliki porsi obligasi negara cukup besar juga terdampak oleh penurunan ini, baik yang masih belum terealisasi (unrealized loss) maupun yang terealisasi (realized loss).

Untuk mengatasi berbagai kendala tersebut, Perusahaan pun telah mengambil beberapa langkah-langkah konkrit sebagai berikut:

- (1) Perusahaan mengeluarkan program-program penjualan yang lebih beragam untuk menarik minat baik bagi nasabah/calon nasabah maupun tenaga pemasar.
- (2) Perusahaan mendorong lini penjualan yang berbasis online dengan mengembangkan fitur-fitur dan kerjasama dengan pihak ketiga.
- (3) Perusahaan masih menyediakan sarana dan prasarana yang dapat mendukung komunikasi antara agen dan nasabah dengan cara online.
- (4) Perusahaan mengelola pengeluaran-pengeluarannya dengan lebih ketat untuk menjaga keseimbangan keuangannya.
- (5) Perusahaan tetap melakukan tindakan-tindakan preventif seperti disinfeksi ruangan kerja dan pemeriksaan kesehatan karyawannya secara rutin, baik di kantor pusat maupun di kantor pemasaran untuk menekan penyebaran virus Covid-19 dan menjaga kesehatan karyawan.

**3. Challenges related to Investment**

*In terms of investment, 2022 is better than in 2021. This condition is reflected in the performance of the stock market, stability of exchange rate as well as inflation. However, with the high trend of inflation in developed countries, which has an impact on high inflation expectations in Indonesia, bond market prices fell quite significantly. Company that have a sizeable portion of state bonds were also affected by this decline, both unrealized losses and realized losses.*

*To overcome those challenges, Company took several steps as follows:*









- (1) *Company launched sales programs that are more diverse to attract the interest of both customers/prospective customers and marketers.*
- (2) *Company encourages online-based sales lines by developing features and cooperating with third parties.*
- (3) *Company still provides facilities and infrastructure that can support online communication between agents and customers.*
- (4) *Company manages its expenses more strictly in order to maintain its financial stability.*
- (5) *Company continues to carry out preventive measures such as disinfecting work rooms and routine employee health checks, both at the head office and sales offices to suppress the spread of the Covid-19 virus and maintain employee health.*

**Laporan Penyelesaian Penanganan Pengaduan Nasabah**

*Report of Customer Complaint Handling Settlement*

Hanwha Life Indonesia berkomitmen untuk memberikan layanan terbaik kepada Nasabah, Hanwha Life Indonesia membuka saluran pengaduan dan berkomitmen untuk memberikan solusi sesegera mungkin dalam rangka menjalankan tanggung jawab perusahaan. Untuk mempercepat penyelesaian pengaduan nasabah, Hanwha Life Indonesia telah menyediakan berbagai media komunikasi bagi Nasabah untuk mengakses informasi Polis yang dimiliki dan mengajukan permintaan atau pengaduan terkait Polis dan layannya. Berikut media yang tersedia untuk Nasabah:

*Hanwha Life Indonesia is committed to providing best services to Customers, Hanwha Life Indonesia provides a complaint channel and is committed to providing solutions as soon as possible to execute corporate responsibility. To accelerate the settlement of customer complaints, Hanwha Life Indonesia has provides various communication media for Customers to access Policy information owned and submit a request or complaint related to the Policy and services. The following media are available for the Customer:*

 <p><b>Hanwha Life Care Line</b></p> <p>0800-111-8877 (toll free) Senin-Jumat 08.30 – 17.30 WIB Monday-Friday 08.30 – 17.30 (UTC+7)</p>	 <p><b>Apps</b></p> <p><b>HanwhaSmart</b> (Android &amp; IOS)</p> 
 <p><b>Whatsapp</b></p> <p>0811-1371-01000</p>	 <p><b>Aplikasi Portal Perlindungan Konsumen (APPK) OJK</b></p> <p><a href="http://www.kontak157.ojk.go.id">www.kontak157.ojk.go.id</a></p>
 <p><b>Email</b></p> <p><a href="mailto:care@hanwhalife.co.id">care@hanwhalife.co.id</a></p>	 <p><b>Walk-in Customer Care</b></p> <p>World Trade Center (WTC) Building 1 12th Floor, Jl. Jend. Sudirman Kav. 29, Jakarta 1290</p> <p>Senin-Jumat 08.30 – 17.30 WIB Monday-Friday 08.30 – 17.30 (UTC+7))</p>
 <p><b>Website</b></p> <p><a href="http://www.hanwhalife.co.id">www.hanwhalife.co.id</a></p>	





Dokumen yang dibutuhkan untuk penyampaian pengaduan secara tertulis:

1. Formulir klaim yang sudah diisi lengkap.
2. Fotokopi KTP Pemegang Polis bagi WNI. Paspor atau Kartu Izin Tinggal Terbatas (KITAS) untuk WNA.
3. Apabila yang menyampaikan pengaduan bukan Pemegang Polis, maka wajib menyertakan Surat Kuasa bermeterai Rp10.000,- dari Pemegang Polis kepada penerima kuasa, dan fotokopi KTP penerima kuasa.
4. Dokumen pendukung lainnya yang berhubungan/ relevan atas pengaduan yang dipandang perlu oleh Hanwha Life Indonesia.

Pengajuan secara tertulis akan ditindaklanjuti dan diselesaikan selambat-lambatnya 20 (dua puluh) hari kerja sejak dokumen pengaduan diterima secara lengkap dan dapat diperpanjang (dengan informasi sebelumnya) dengan kondisi tertentu.

Sepanjang tahun 2021, Hanwha Life Indonesia telah menerima berbagai jenis pengaduan dari Nasabah dan laporan penanganan pengaduan tersebut statusnya adalah sebagai berikut:

Required documents to submit a written complaint:

1. Complaint form that has been filled.
2. Photocopy of Policyholder KTP for Indonesian Citizens. Passport or Limited Stay Permit (KITAS) for Foreign Citizens.
3. If the complaint is submitted not by Policyholder (proxy), it is required to attach Power of Attorney duly stamped IDR 10,000, - from Policyholder to the proxy, and a photocopy of proxy's KTP.
4. Other supporting documents related/relevant to the complaint that is deemed necessary by Hanwha Life Indonesia.

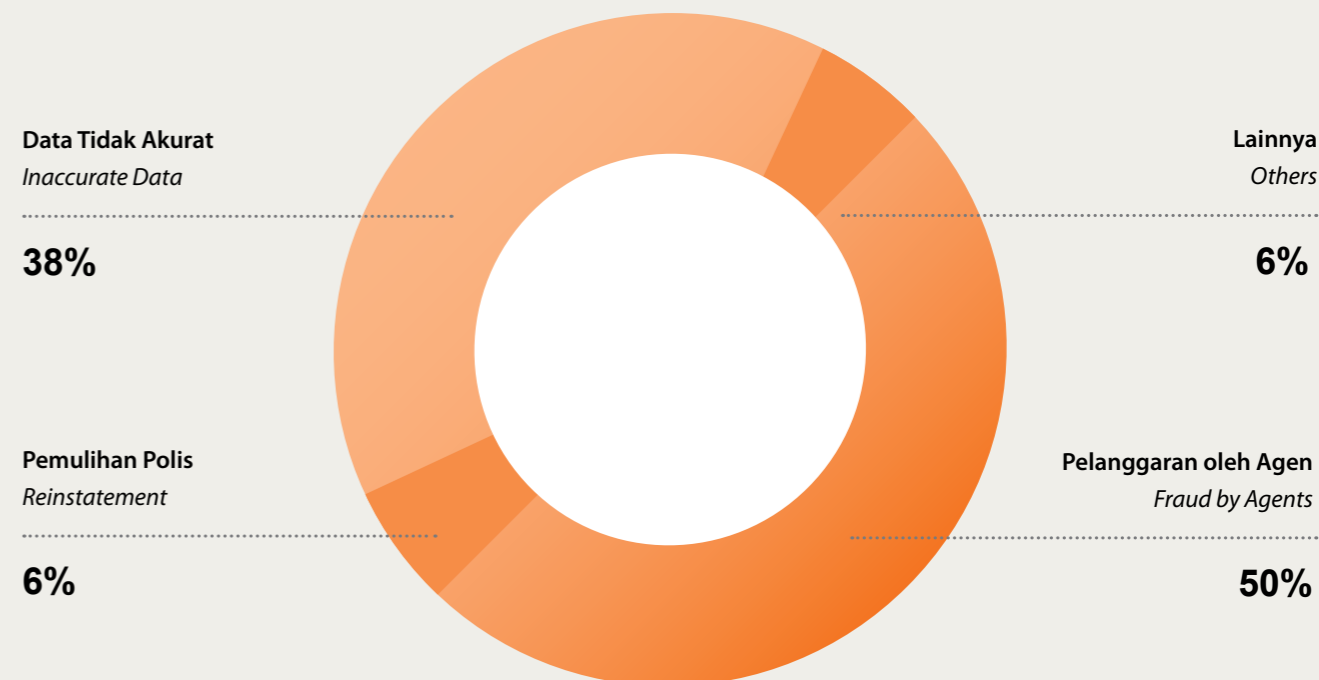
Written submissions will be processed and completed no later than 20 (twenty) working days after the complaint documents are received in full and can be extended (with prior information) under certain conditions.

Throughout 2021, Hanwha Life Indonesia has received various types of complaints from customers and the reports on the handling of these complaints are as follows:

Periode : Januari – Desember 2022  
 Period : January – December 2022

Jenis Aduan Type of Complaints	Selesai Complete	Dalam Proses On Process	Tidak Selesai Incomplete	Jumlah Pengaduan Number of Complaints
	Jumlah Number	Jumlah Number	Jumlah Number	
Pelanggaran oleh Agen Fraud by Agent	8	0	0	8
Pemulihan Polis Reinstatement	1	0	0	1
Data Tidak Akurat Inaccurate Data	6	0	0	6
Lainnya others	1	0	0	1
			<b>Total</b>	<b>18</b>

Keluhan Pelanggan  
 Customer's Complaints





semangat maju  
semangat hadapi perubahan  
dan semangat capai mimpi

Tata Kelola Perusahaan  
*Good Corporate Governance*

5







## Tata Kelola Perusahaan

Good Corporate Governance



PT Hanwha Life Insurance Indonesia ("Perusahaan"), sebagai sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang asuransi jiwa, memahami pentingnya Tata Kelola Perusahaan Yang Baik ("GCG") dalam pelaksanaan kegiatan usaha. Kami meyakini bahwa pelaksanaan GCG merupakan salah satu bentuk perlindungan kepada pihak tertanggung/pemegang polis yang tentunya akan mendukung pertumbuhan bisnis yang sehat bagi Perusahaan pada khususnya dan bagi pertumbuhan pasar asuransi jiwa di Indonesia pada umumnya.

Dengan menerapkan GCG, Perusahaan dapat menjadi lebih profesional, transparan dan efisien sehingga dapat memaksimalkan nilai Perusahaan bagi para Pemangku Kepentingan dalam bentuk peningkatan kinerja serta citra Perusahaan (*corporate image*) sebagai perusahaan asuransi yang amanah dan dapat diandalkan.

Dalam menjalankan GCG, Perusahaan berpegang teguh pada Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 73/POJK.05/2016 sebagaimana diubah melalui POJK No. 43/POJK.05/2019 tentang Perubahan Atas POJK No. 73/POJK.05/2016 tentang Tata Kelola Perusahaan Yang Baik Bagi Perusahaan Perasuransian, yaitu dengan menjalankan prinsip Keterbukaan, Akuntabilitas, Pertanggungjawaban, Kemandirian serta Kesetaraan dan Kewajaran dalam setiap aspek kegiatan di Perusahaan, dengan rincian di bawah ini:

### 1. Keterbukaan

Keterbukaan dalam proses pengambilan keputusan dan keterbukaan dalam pengungkapan dan penyediaan informasi yang relevan mengenai Perusahaan, yang mudah diakses oleh Pemangku Kepentingan sesuai dengan peraturan perundang-undangan di bidang perasuransian serta standar, prinsip, dan praktik penyelenggaraan usaha perasuransian yang sehat.

Keterbukaan informasi tersebut meliputi pengungkapan kinerja Perusahaan tepat waktu, lengkap, akurat dan dapat diperbandingkan, pengungkapan proses pengambilan keputusan, dan pengawasan kualitas, efisiensi waktu dan biaya serta standarisasi. Kebijakan Perusahaan dibuat secara tertulis dan dikomunikasikan.

*As a life insurance company, PT Hanwha Life Insurance Indonesia (the "Company") understands the importance of Good Corporate Governance ("GCG") in the implementation of business activities. We believe that the implementation of GCG is a form of protection for the insured/policy holder which will certainly support a sound business growth for the Company in particular and for the growth of the life insurance market in Indonesia.*

*By implementing GCG, Company can become more professional, transparent and efficient so as to maximize the value of the Company for Stakeholders in the form of improving performance and corporate image as a trustworthy and reliable insurance company.*

*In implementing GCG, Company adheres to the Financial Services Authority Regulation No. 73/POJK.05/2016 as lastly amended with POJK No. 43/POJK.05/2019 concerning Alteration of POJK No. 73/POJK.05/2016 concerning Good Corporate Governance for Insurance Companies, by implementing the principles of Transparency, Accountability, Responsibility, Independency and Fairness in every aspect of the Company's activities, with the following details:*

### 1. Transparency

*Transparency in the process of decision making and transparency in disclosing and providing relevant information regarding Company, that easy to access by Stakeholders in accordance with legislation in the insurance field also the standard, principle and practice of a healthy insurance business implementation.*

*Information transparency includes Company performance that is on time, complete, and comparable, the disclosure of decision making process, and quality control, time and cost efficiency also standardization. Company policy is made in written and communicated.*

### 2. Akuntabilitas

Kejelasan fungsi dan pelaksanaan pertanggungjawaban Organ Perusahaan sehingga kinerja perusahaan dapat berjalan secara transparan, wajar, efektif, dan efisien.

Prinsip akuntabilitas menitikberatkan fungsi dan peran masing-masing organ dapat berjalan dengan baik, maka setiap Organ dan Karyawan Perusahaan harus memiliki kompetensi yang sesuai dengan tanggung-jawabnya dan memahami perannya dalam pelaksanaan GCG.

Perusahaan memastikan adanya struktur, sistem dan *Standard Operating Procedure* (SOP) yang dapat menjamin terselenggaranya mekanisme check and balance dalam pencapaian Visi, Misi dan Nilai-nilai Perusahaan.

### 3. Pertanggungjawaban

Kesesuaian pengelolaan Perusahaan dengan peraturan perundang-undangan di bidang perasuransian dan nilai-nilai etika serta standar, prinsip, dan praktik penyelenggaraan usaha perasuransian yang sehat.

Perusahaan bertanggung jawab dan bertindak untuk menjadi warga korporasi yang baik (*Good Corporate Citizen*) dengan mematuhi hukum dan perundang-undangan yang berlaku serta berpegang pada prinsip kehati-hatian termasuk ketentuan yang berhubungan dengan perasuransian, ketenagakerjaan, perpajakan, persaingan usaha, dan lain sebagainya.

### 4. Kemandirian

Keadaan Perusahaan yang dikelola secara mandiri dan profesional serta bebas dari Benturan Kepentingan dan pengaruh atau tekanan dari pihak manapun yang tidak sesuai dengan peraturan perundang-undangan di bidang perasuransian dan nilai-nilai etika serta standar, prinsip, dan praktik penyelenggaraan usaha perasuransian yang sehat.

Prinsip kemandirian menekankan bahwa dalam menjalankan fungsi, tugas dan tanggung-jawab Dewan Komisaris, Direksi, Karyawan atau pihak-pihak yang diberi tugas untuk mengawasi dan mengelola kegiatan Perusahaan terbebas dari tekanan atau pengaruh dari dalam maupun dari luar Perusahaan yang tidak selaras dengan peraturan Perundang-undangan yang berlaku dan prinsip-prinsip pengelolaan korporasi yang sehat.

### 2. Accountability

*Clarity of functions and the implementation of accountability of Company Organ thus Company performance may carry out transparently, reasonably, effectively, and efficiently.*

*Accountability principle emphasize on function and role of each organ may carry out well, thus every Company Organ and Employee must have competence in accordance with their responsibility and understood their role in the implementation of GCG.*

*Company ensure the availability of structure, system and Standard Operating Procedure (SOP) which capable of ensuring the implementation of check and balances mechanism in achieving Company's Vision, Mission, and Values.*

### 3. Responsibility

*The conformity of Company management with legislation in insurance field and ethics values also the standard, principle, and practice of soundness insurance business implementation.*

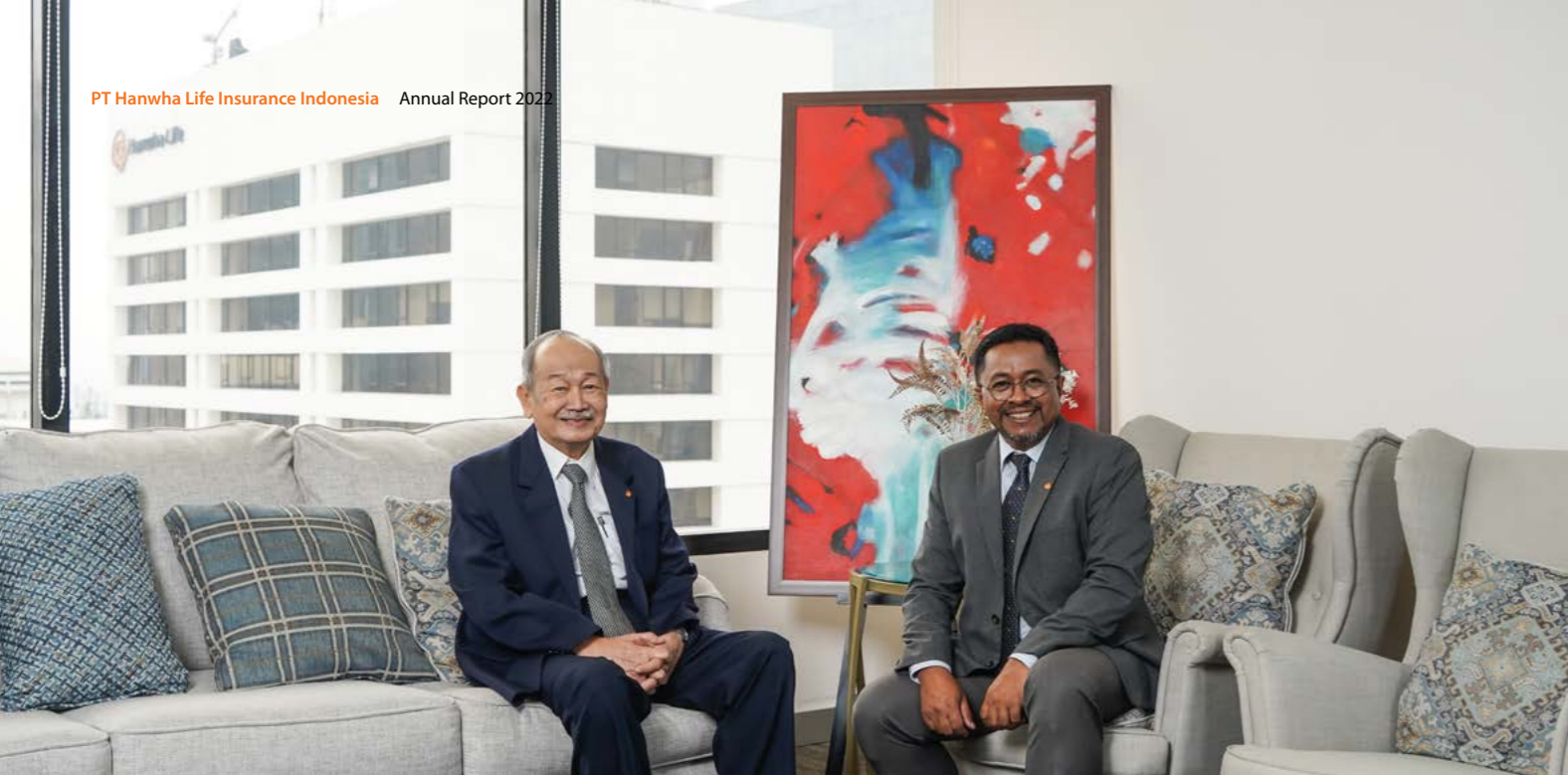
*Company is responsible and act to become Good Corporate Citizen by complying with applicable law and regulations also holding to prudential principle including the provisions which related with insurance, employment, taxation, business competition, etcetera.*

### 4. Independency

*The condition of Company which managed independently and professionally also free from Conflict of Interest as well as influence or pressure from any party that is not in accordance with legislation in insurance field and ethic values also the standard, principle, and practice of sound insurance business implementation.*

*Independency principle emphasize that in carrying out functions, duties and responsibilities Board of Commissioners, Board of Directors, Employee or parties who is given the duty to monitor and manage Company activity is free from pressure or influence from inside or outside Company which is not in conformity with applicable legislation and principle of soundness corporate management.*





**5. Kesetaraan dan Kewajaran**

Prinsip yang menekankan pada kesetaraan, keseimbangan, dan keadilan dalam memenuhi hak-hak Pemangku Kepentingan yang timbul berdasarkan perjanjian, peraturan perundang-undangan, dan nilai-nilai etika serta standar, prinsip dan praktik penyelenggaraan usaha perasuransian yang sehat. Prinsip keadilan diimplementasikan sebagai keadilan dan kesetaraan di dalam memenuhi hak-hak Pemangku Kepentingan yang timbul berdasarkan perjanjian dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Pada tahun 2022, Perusahaan telah memiliki/melakukan berikut dalam rangka mengimplementasikan prinsip-prinsip tersebut di atas:

1. Struktur Tata Kelola di Perusahaan, yaitu RUPS, Direksi, Dewan Komisaris, beserta Komite dan/atau Satuan Kerja di bawah Direksi dan Dewan Komisaris untuk menunjang Direksi dan/atau Dewan Komisaris dalam melakukan tugas dan tanggung jawabnya.
2. Perusahaan memastikan implementasi dari Kebijakan dan prosedur sehubungan dengan penerapan Tata Kelola Perusahaan, antara lain (i) Kode Etik, (ii) Kebijakan Anti- Fraud, (iii) GCG Guidelines, (iv) Board Manual, (v) Kebijakan Saluran Pelaporan.
3. Parameter internal pengukuran kepatuhan terhadap GCG (*Index Scoring GCG*) di Perusahaan dan telah melakukan penilaian sendiri (*self-asessement*) atas kepatuhan Perusahaan di tahun 2022 dan mendapatkan predikat Cukup Baik. Nilai ini menandakan bahwa Perusahaan secara prinsip telah menerapkan GCG dengan cukup baik, namun demikian masih terdapat beberapa kekurangan yang perlu diperbaiki dan mendapatkan perhatian dari Perusahaan.
4. Guna meningkatkan awareness karyawan Perusahaan atas pentingnya Kode Etik Perusahaan dalam mewujudkan Tata Kelola Perusahaan Yang Baik dan sebagai wujud dari prinsip *Tone of the Top*, Direksi Perusahaan telah menandatangani Deklarasi Komitmen Penerapan H-Standar yang bertepatan dengan acara *Employee Gathering*.

**5. Fairness**

*This principles emphasize equality, balance, and fairness in fulfilling the rights of Stakeholders that is arising based on agreements, laws and regulations, and ethical values also standards, principles and practices of sound insurance business implementation. The principle of fairness is implemented as justice and equality in fulfilling the rights of Stakeholders that arise based on agreements and applicable laws and regulations.*

*In 2022, Company has had/ done the following in order to implement the abovementioned principles:*

1. *Corporate Governance Structure, namely the GMS, the Board of Directors, the Board of Commissioners, along with the Committees and/or Work Units under the Board of Directors and the Board of Commissioners to support the Board of Directors and/or the Board of Commissioners in carrying out their duties and responsibilities.*
2. *Company ensures the implementation of the Policies and procedures related to the implementation of Corporate Governance, including (i) Code of Ethics, (ii) Anti-Fraud Policy, (iii) GCG Guidelines, (iv) Board Manual, (v) Whistleblowing System Policy.*
3. *Internal parameters for measuring compliance with GCG (GCG Index Scoring) in the Company and have carried out a self-assessment of the Company's compliance in 2022 and received Fairly Good predicate. This score indicates that Company has implemented GCG quite well in principle, however, there are still some shortcomings that need to be evaluated and get attention from the Company.*
4. *In order to increase the awareness of the Company's employees on the importance of the Company's Code of Ethics in realizing Good Corporate Governance and as a manifestation of the Tone of the Top principle, the Board of Directors of the Company's have signed a Declaration of Commitment to Implement H-Standards which coincided with the Employee Gathering event.*

**Fungsi Pengawasan Dewan Komisaris**

*Supervisory Function of the Board of Commissioners*

Dewan Komisaris bertugas melakukan pengawasan terhadap kebijakan pengurusan, jalannya pengurusan yang dilakukan oleh Direksi, serta memberikan nasihat kepada Direksi termasuk pengawasan terhadap pelaksanaan rencana bisnis Perusahaan untuk kepentingan Perusahaan dan sesuai dengan maksud dan tujuan Perusahaan.

*The Board of Commissioners is in charge of supervising management policies, the implementation of management carried out by the Board of Directors, as well as providing advice to the Board of Directors including supervision of the implementation of the Company's business plans for the benefit of the Company and in accordance with the purposes and objectives of the Company.*

Untuk menjalankan fungsinya tersebut, sepanjang tahun 2022, Dewan Komisaris Perusahaan telah melakukan hal-hal di bawah ini:

*Throughout 2022, in order to implement its function, the Board of Commissioners has conducted the following:*

1. Mengadakan Rapat Dewan Komisaris 1 (satu) kali dalam sebulan sesuai dengan ketentuan yang berlaku;

1. *Hold a meeting of the Board of Commissioners once a month in accordance with applicable regulations;*

Frekuensi rapat Dewan Komisaris yang diselenggarakan selama tahun 2022 adalah sebagai berikut:

*The frequency of the Board of Commissioners meetings held during 2022 is as follows:*

Nama <i>Name</i>	Jabatan <i>Title</i>	Jumlah Rapat Komite (12 kali Rapat) <i>Total of Committee Meeting (12 Meetings)</i>		Persentase Kehadiran <i>Attendance Rate</i>
		Jumlah Kehadiran <i>Total Attendance</i>		
		Fisik <i>Physical</i>	Telekonferensi/Video Konferensi/Sarana Media Elektronik Lainnya* <i>Teleconference/Videconference/Other electronic media*</i>	
Kim Jun Il	Komisaris Utama <i>President Commissioner</i>	-	12	100%
Amran Nangasan	Komisaris Independen <i>Independent Commissioner</i>	-	12	100%
Muhamad Ichsan	Komisaris Independen <i>Independent Commissioner</i>	-	12	100%

\*Video konferensi 4 kali dan sirkular 8 kali | *Video conference 4 times and circular 8 times*

2. Memberikan usulan kepada Rapat Umum Pemegang Saham terkait penunjukan Akutan Publik dan/ atau Kantor Akuntan Publik yang akan memberikan jasa audit Tahun Buku 2022;
3. Meninjau dan memberikan persetujuan atas Rencana Bisnis Perusahaan Tahun Buku 2022;
4. Meninjau dan memberikan persetujuan atas Realisasi Rencana Bisnis Perusahaan Semester 1 dan Semester 2 Tahun 2022;
5. Meninjau dan memberikan persetujuan atas Rencana Aksi Keuangan Berkelanjutan Tahun 2022;
6. Menyiapkan Laporan Pengawasan Dewan Komisaris ke OJK.
7. Meninjau dan memberikan persetujuan atas rencana akuisisi perusahaan asuransi umum.

2. *Provide proposals to the General Meeting of Shareholders regarding the appointment of a Public Accountant and/or Public Accounting Firm that will provide audit services for the 2022 Fiscal Year;*
3. *Review and approve the Company's Business Plan for the 2022 Fiscal Year;*
4. *Review and approve the Realization of the Company's Business Plans for Semester 1 and Semester 2 of 2022;*
5. *Review and approve the 2022 Sustainable Finance Action Plan;*
6. *Prepare the Supervisory Report of the Board of Commissioners to OJK.*
7. *Review and approves the acquisition plan of general insurance company.*

Selain itu, Komisaris Independen Perusahaan juga menjabat sebagai anggota Komite Audit dan Komite Pemantau Risiko dalam Perusahaan sebagai salah satu bentuk pengawasan yang dilakukan oleh Dewan Komisaris.

*In addition, the Company's Independent Commissioner also serves as a member of the Audit Committee and the Risk Oversight Committee within the Company as a form of supervision by the Board of Commissioners.*



# Komite di Bawah Pengawasan Dewan Komisaris, Direksi dan Unit Kerja

Committees Under Board of Commissioners, Board of Directors Supervision and Working Unit

## Komite di bawah Pengawasan Dewan Komisaris

Committee Under Supervision of the Board of Commissioners

### 1. Komite Audit

#### A. Pembentukan

Komite Audit adalah Komite yang dibentuk oleh Dewan Komisaris berdasarkan Piagam Komite Audit dan terakhir diubah dengan Surat Keputusan Dewan Komisaris tentang Piagam Komite Audit & Susunan Keanggotaan Komite Audit tanggal 21 Oktober 2021.

#### B. Keanggotaan

Susunan keanggotaan dalam Komite Audit pada Perusahaan adalah sebagai berikut:

Ketua Komite	<b>Amran Nangasan</b> Komisaris Independen
Anggota Komite	<b>Muhamad Ichsan</b> Komisaris Independen
	<b>Dr. H. Mawarto, M. Si</b> Pihak Independen
	<b>William A. P. Hutapea</b> Auditor Internal

#### C. Tugas dan Tanggung Jawab

Membantu Dewan Komisaris dalam memantau dan memastikan efektivitas sistem pengendalian internal dan pelaksanaan tugas auditor internal dan auditor eksternal dengan melakukan pemantauan dan evaluasi atas perencanaan dan pelaksanaan audit dalam rangka menilai kecukupan pengendalian internal termasuk proses pelaporan keuangan. Serta bertanggung jawab untuk mengidentifikasi dan memberikan pendapat secara independen atas hal-hal yang memerlukan perhatian Dewan Komisaris.

#### D. Frekuensi Rapat

Komite Audit yang telah diangkat tersebut berkewajiban untuk mengadakan rapat atau pertemuan minimal 1 (satu) kali dalam 3 (tiga) bulan dan Komite Audit membuat laporan triwulanan pelaksanaan tugas Komite Audit kepada Dewan Komisaris.

Selama tahun 2022, Komite Audit telah melakukan rapat sebanyak 10 (sepuluh) kali rapat yang dihadiri oleh seluruh anggota Komite Audit.

### 1. Audit Committee

#### A. Establishment

The Audit Committee is a committee established by the Board of Commissioners based on the Audit Committee Charter and was last amended by the Board of Commissioners Decree concerning Audit Committee Charter and Membership Composition 21 October 2021.

#### B. Membership

The membership composition of the Audit Committee in the Company is as follows:

Chairman	<b>Amran Nangasan</b> Independent Commissioner
Committee members	<b>Muhamad Ichsan</b> Independent Commissioner
	<b>Dr. H. Mawarto, M. Si</b> Independent Party
	<b>William A. P. Hutapea</b> Internal Auditor

#### C. Duties and Responsibilities

Assisting the Board of Commissioners in monitoring and ensuring the effectiveness of the internal control system and the implementation of the duties of the internal auditors and external auditors by monitoring and evaluating the planning and implementation of audits to assess the adequacy of internal controls including the financial reporting process. The Committee is responsible to identify and provide independent opinion on issues that may require attention from the Board of Commissioners

#### D. Meeting Frequency

The appointed Audit Committee is obliged to hold a meeting at least once every 3 (three) months and the Audit Committee obliged to report the implementation of the Audit Committee's duties to the Board of Commissioners quarterly.

In 2022, Audit Committee has conducted 10 (ten) meetings whereby each of the meeting is attended by all Audit Committee members.

### Jumlah Kehadiran Rapat Komite Audit Total Attendance of Audit Committee Meetings

Nama Name	Jabatan Title	Jumlah Rapat Komite (10 kali Rapat) Total of Committee Meeting (10 Meetings)	Persentase Kehadiran Attendance Rate
		Jumlah Kehadiran Total Attendance	
Amran Nangasan	Ketua Komite	10	100%
Muhamad Ichsan	Anggota Komite	10	100%
Dr. H. Mawarto, M.Si	Anggota Komite	10	100%
William A. P. Hutapea	Anggota Komite	10	100%

### 2. Komite Pemantau Risiko

#### A. Pembentukan

Komite Pemantau Risiko adalah Komite yang dibentuk oleh Dewan Komisaris berdasarkan Surat Keputusan Dewan Komisaris sebagaimana terakhir diubah dengan Surat Keputusan Dewan Komisaris tentang Perubahan Susunan Keanggotaan Komite Pemantau Risiko tanggal 6 September 2021.

#### B. Keanggotaan

Susunan keanggotaan dalam Komite Pemantau Risiko pada Perusahaan adalah sebagai berikut:

Ketua Komite	<b>Muhamad Ichsan</b> Komisaris Independen
Anggota Komite	<b>Amran Nangasan</b> Pejabat yang memiliki keahlian di bidang Manajemen Risiko dan/ atau Aktuaria
	<b>Robertus Deddy G.</b> Pejabat yang memiliki keahlian di bidang keuangan, ekonomi, dan/atau perasuransian (Kepala Departemen Finance, Investment & General Affairs)
	<b>Anysa P. Ramdania</b> Pejabat yang memiliki keahlian di bidang Manajemen Risiko dan/ atau Aktuaria

### 2. Risk Oversight Committee

#### A. Establishment

The Risk Oversight Committee is a Committee established by the Board of Commissioners based on the Decree of the Board of Commissioners as lastly amended by the Board of Commissioners Decree concerning Amendment to the Membership Structure in Risk Oversight Committee dated 6 September 2021.

#### B. Membership

The membership composition of the Risk Oversight Committee in the Company is as follows:

Chairman	<b>Muhamad Ichsan</b> Independent Commissioner
Committee Members	<b>Amran Nangasan</b> Official who has expertise in the field of Risk Management and/or Actuarial
	<b>Robertus Deddy G.</b> Official who has expertise in finance, economy, and/or insurance (Head of Finance, Investment & General Affairs Department)
	<b>Anysa P. Ramdania</b> Official in charge / responsible for Risk Management (Enterprise Risk Management & Anti Money Laundering Unit Head)

**C. Tugas dan Tanggung Jawab**

Membantu Dewan Komisaris dalam memantau pelaksanaan manajemen risiko yang disusun oleh Direksi serta menilai toleransi risiko yang dapat diambil oleh Perusahaan, meliputi:

1. Menilai efektivitas manajemen risiko termasuk menilai toleransi risiko yang dapat diambil oleh Perusahaan;
2. Melakukan evaluasi secara berkala atas penerapan manajemen risiko;
3. Mengevaluasi Piagam Komite Pemantau Risiko secara berkala disesuaikan dengan perkembangan ketentuan peraturan perundang - undangan;
4. Melakukan identifikasi hal-hal lain yang menurut Komite Pemantau Risiko memerlukan perhatian Dewan Komisaris; dan
5. Melakukan penugasan lain dari Dewan Komisaris.

**D. Frekuensi Rapat**

Komite Pemantau Risiko yang telah diangkat tersebut berkewajiban untuk mengadakan rapat atau pertemuan minimal 1 (satu) kali setiap 3 (tiga) bulan dan Komite Pemantau Risiko membuat laporan triwulanan pelaksanaan tugas Komite Pemantau Risiko kepada Dewan Komisaris.

Selama tahun 2022, Komite Pemantau Risiko telah melakukan rapat sebanyak 12 (dua belas) kali rapat; diantaranya 8 (delapan) kali dilaksanakan melalui keputusan sirkular dan 4 (empat) kali dilaksanakan secara fisik melalui video conference. Setiap rapat dihadiri oleh seluruh anggota Komite Pemantau Risiko.

**Jumlah Kehadiran Rapat Komite Pemantau Risiko**  
Total Attendance of Risk Oversight Committee Meetings

Nama Name	Jabatan Title	Jumlah Rapat Komite (12kali Rapat) Total of Committee Meeting (12 Meetings)	Persentase Kehadiran Attendance Rate
		Jumlah Kehadiran Total Attendance	
Muhamad Ichsan	Ketua Komite	12	100%
Amran Nangasan	Anggota Komite	12	100%
Robertus Deddy G.	Anggota Komite	12	100%
Anysa P. Ramdania	Anggota Komite	12	100%

**C. Duties and Responsibilities**

Assisting the Board of Commissioners in monitoring the implementation of risk management prepared by the Board of Directors and assessing risk tolerance that can be taken by the Company, including:

1. Assessing the effectiveness of risk management including assessing the risk tolerance that can be taken by the Company;
2. Conduct periodic evaluations of the application of risk management;
3. Evaluate the Risk Oversight Committee Charter periodically to be adjusted to the development of statutory provisions;
4. Identify other matters which according to the Risk Oversight Committee require the attention of the Board of Commissioners; and
5. Carry out other assignments from the Board of Commissioners.

**D. Meeting Frequency**

The appointed Risk Oversight Committee is obliged to conduct meetings for a minimum of once every 3 months and Risk Oversight Committee is obliged to make quarterly report of Risk Oversight Committee duties implementation to Board of Commissioners.

In 2022, Risk Oversight Committee has conducted 12 (twelve) meetings; whereby 8 (eight) meetings are carried out through circular resolutions and 4 (four) meetings are carried out physically through video conference. Each meeting is attended by all members of the Risk Oversight Committee

**Komite di bawah Pengawasan Direksi**  
Committee under Supervision of Board of Directors

**1. Komite Investasi**

**A. Pembentukan**

Komite Investasi adalah Komite yang dibentuk oleh Direksi berdasarkan Surat Keputusan Direksi sebagaimana terakhir diubah dalam Surat Keputusan Direksi Nomor: 00253/HLI-SK/11-2022 tanggal 11 November 2022.

**B. Keanggotaan**

Adapun susunan keanggotaan dalam Komite Investasi pada Perusahaan adalah sebagai berikut:

Ketua Komite	<b>Kim Si Jun</b> Direktur yang membawahi fungsi investasi
Anggota Komite	<b>Agustinawati</b> Aktuaris Perusahaan
	<b>Dhamayanti Liger</b> Pejabat yang membawahi fungsi investasi
	<b>Robertus Deddy Gunawan</b> Pejabat lainnya yang ditunjuk oleh Direksi
	<b>Silvia</b> Pejabat lainnya yang ditunjuk oleh Direksi

**1. Investment Committee**

**A. Establishment**

Investment Committee is a committee established by the Board of Directors based on the Board of Directors Decree as lastly amended by the Board of Directors Decree Number: 00253/HLI-SK/11-2022 dated 11 November 2022.

**B. Membership**

The membership composition of the Investment Committee in the Company is as follows:

Chairman	<b>Kim Si Jun</b> Director in charge of investment function
Committee members	<b>Agustinawati</b> Appointed Actuary
	<b>Dhamayanti Liger</b> Official in charge of the investment function
	<b>Robertus Deddy Gunawan</b> Other official appointed by the Board of Directors
	<b>Silvia</b> Other official appointed by the Board of Directors

**C. Tugas dan Tanggung Jawab**

**Tugas**

Komite Investasi bertanggung jawab kepada Direksi Perusahaan dan memiliki tugas sebagai berikut:

1. Membantu Direksi Perusahaan dalam merumuskan kebijakan investasi.
2. Meninjau dan merekomendasikan arah kebijakan dan batasan investasi dalam Penganggaran dan Rencana Bisnis Perusahaan.
3. Merekomendasikan komposisi investasi portofolio yang optimal dan sesuai dengan kebutuhan dalam hal kewajiban kewajiban serta sesuai dengan anggaran dan rencana bisnis yang telah ditentukan.
4. Memberikan pertimbangan untuk kegiatan investasi Perusahaan yang harus diputuskan berdasarkan prosedur yang berlaku.
5. Merekomendasikan potensial investasi baru yang menguntungkan dalam batas risiko yang dapat dipertanggungjawabkan.
6. Mengevaluasi portofolio investasi Perusahaan secara berkala untuk memastikan penerapan prinsip kehati-hatian.

**C. Duties and Responsibilities**

**Duties**

Investment Committee is responsible to the Company's Board of Directors and has the following duties:

1. Assist Board of Directors in formulating the investment guideline.
2. Review and recommend policies directions and limitations of investment in Corporate Budgeting and Business Plan.
3. Recommend the optimal portfolio investment composition and in accordance with the needs on the liability side as well as in accordance with budgeting and business plan that has been determined.
4. Provide consideration related to Company's investment activities that must be decided based on the applicable procedures.
5. Recommend potential investments that are profitable within the limits of risk that can be accounted for.
6. Evaluate the Company's investment portfolio periodically to ensure the implementation of prudent principles.



7. Memantau penerapan kebijakan dan strategi investasi Perusahaan agar mematuhi persyaratan regulasi dan peraturan Perusahaan.
8. Merekomendasikan pihak ketiga terkait dengan kegiatan investasi (Sekuritas, Manajer Investasi, dan Bank) yang memiliki reputasi baik dan memiliki pengalaman dalam bidang investasi untuk bekerja sama dengan Perusahaan.
9. Menilai kinerja hasil investasi bulanan, kuartalan, semester dan tahunan untuk direkomendasikan kepada Direksi.
10. Membantu mewujudkan Risk Control Self-Assessment (RCSA) dalam lingkungan investasi sebagai alat kontrol dan sistem peringatan dini.

**Tanggung Jawab**

Komite Investasi bertanggung jawab atas:

1. Tersedianya kebijakan investasi yang optimal dan sesuai dengan prinsip kehati-hatian.
2. Terlaksananya kebijakan investasi sesuai dengan yang telah ditetapkan.

**D. Frekuensi Rapat**

Komite Investasi yang telah diangkat tersebut berkewajiban untuk mengadakan rapat atau pertemuan minimal 1 (satu) kali dalam 1 (satu) tahun atau lebih sering jika diperlukan sesuai dengan kebutuhan Perusahaan. Efektif per November 2022, Komite Investasi mengadakan rapat paling sedikit 1 (satu) kali dalam sebulan. Komite dapat diminta untuk menyampaikan laporan kepada Direksi atas setiap pelaksanaan tugas, disertai dengan rekomendasi, jika diperlukan.

Selama tahun 2022, Komite Investasi telah melakukan rapat sebanyak 2 (dua) kali dan dihadiri oleh seluruh anggota Komite Investasi.

**Jumlah Kehadiran Rapat Komite Investasi**

*Total Attendance of Investment Committee Meetings*

Nama <i>Name</i>	Jabatan <i>Title</i>	Jumlah Rapat Komite (2kali Rapat) <i>Total of Committee Meeting (2 Meetings)</i>	Persentase Kehadiran <i>Attendance Rate</i>
		Jumlah Kehadiran <i>Total Attendance</i>	
Kim Si Jun	Ketua Komite	2	100%
Agustinawati	Anggota Komite	2	100%
Robertus Deddy G.	Anggota Komite	2	100%
Dhamayanti Liger	Anggota Komite	2	100%
Silvia	Anggota Komite	2	100%

7. Monitor the implementation of Company's investment policies and strategies to comply with regulatory requirements and Company's regulation.
8. Recommend a third party related to the investment activity (Securities, Investment Manager, and Bank) that have a good reputation and experience in the field of investment to cooperate with the Company.
9. Assess the performance of monthly, quarterly, semester and yearly investment result to be recommended to the Board of Directors.
10. Helps to realize Risk Control Self-Assessment (RCSA) in the investment environment as a control tool and early warning system.

**Responsibilities**

*Investment Committee is responsible for:*

1. The availability of an optimal investment policy in accordance with the prudent principles.
2. The implementation of investment policies in accordance with those that have been determined.

**D. Meeting Frequency**

*The appointed Investment Committee is obliged to hold meetings at least once a year or more frequent if necessary, according to Company's needs. Effective as of November 2022, the Investment Committee is obliged to hold meeting at least once a month. The Committee might be assigned to submit a report to the Board of Directors on each task implementation, along with the recommendations, if necessary.*

*In 2022, the Investment Committee has conducted 2 (two) meetings and attended by all of the Investment Committee members.*

**2. Komite Produk**

**A. Pembentukan**

Komite Produk adalah Komite yang dibentuk oleh Direksi berdasarkan Surat Keputusan Direksi sebagaimana terakhir diubah dalam Surat Keputusan Direksi Nomor: 00255/HLI-SK/11-2022 tanggal 11 November 2022.

**B. Keanggotaan**

Adapun susunan keanggotaan dalam Komite Produk pada Perusahaan adalah sebagai berikut:

Ketua Komite	<b>Han Changwoo</b> Chief Marketing Strategy Officer
Anggota Komite	Kepala Departemen Product Strategy
	Chief Executive Officer
	Chief Financial Officer
	Chief Operating Officer
	Chief Culture Officer
	Aktuaris Perusahaan
	Kepala Divisi Recruitment & Development
	Kepala Divisi Agency
	Kepala Divisi Commercial
Kepala Divisi Digital Transformation & IT	
Kepala Divisi Technical	

**C. Tugas dan Tanggung Jawab**

**Tugas**

1. Untuk memastikan proses yang komprehensif dan tepat atas persetujuan produk asuransi baru/pengembangannya.
2. Untuk menilai posisi antara nasabah, distribusi, Perusahaan dalam desain produk dan proses pengembangan.
3. Untuk memastikan bahwa produk baru yang diajukan sesuai dengan selera risiko dan arahan bisnis strategis.
4. Untuk mengidentifikasi dan menyetujui prioritas atas kanal penjualan yang berbeda dan mengatur risiko konflik antar kanal penjualan.
5. Menetapkan target tanggal peluncuran dan garis waktu untuk tanggal finalisasi setiap proses sebelum peluncuran produk.
6. Membahas isu-isu yang muncul sebelum dan setelah peluncuran produk.

**2. Product Committee**

**A. Establishment**

*Product Committee is a committee established by the Board of Directors based on the Board of Directors Decree as lastly amended by the Board of Directors Decree Number: 00255/HLI-SK/11-2022 dated 11 November 2022*

**B. Membership**

*The membership composition of Product Committee of the Company is as follows:*

Chairman	<b>Han Changwoo</b> Chief Marketing Strategy Officer
Committee members	Head of Product Strategy Department (PDC Owner)
	Chief Executive Officer
	Chief Financial Officer
	Chief Operating Officer
	Chief Culture Officer
	Appointed Actuary
	Head of Recruitment & Development Division
	Head of Agency Division
	Head of Commercial Division
Head of Digital Transformation & IT Division	
Head of Technical Division	

**C. Duties and Responsibilities**

**Duties**

1. *To ensure that a comprehensive and robust process is in place for the approval new/enhanced insurance products.*
2. *To assess the value proposition between customer, distribution, Company in the product design and development process.*
3. *To ensure that new product proposal in falls within the risk appetite and strategic direction of the business.*
4. *To identify and agree priority across different channel and manage any channel conflict risks.*
5. *To set target launching date and timeline for finalization date of each process prior to product launching.*
6. *To discuss issues arise before and after product launch.*

7. Memastikan peraturan perundang-undangan di Indonesia dan semua standar/kebijakan/pedoman Perusahaan yang relevan, dipatuhi dalam proses pengembangan dan persetujuan produk.
8. Memastikan bahwa proposal-proposal produk kompetitif, menarik dan terjangkau tanpa mengurangi risiko finansial (PM, VoNB, NB Strain, APE, dan lain-lain) dan risiko non-finansial (operasional, regulasi, pemasaran, dan lain-lain).
9. Mengawasi kinerja keuangan produk dan mengarahkan strategi campuran produk.
10. Untuk memastikan risiko-risiko yang relevan (keuangan dan non-keuangan), penghargaan, peluang dan ancaman dipertimbangkan sepenuhnya dalam proses persetujuan produk melalui partisipasi yang memadai dan persetujuan dari lini fungsi dan manajemen yang relevan.

7. *To ensure the regulatory rules in Indonesia and all relevant Company's standards/policies/guidelines, are adhered to in the product development and approval process.*
8. *To ensure that the product proposals are competitive, attractive and affordable without prejudice to the financials risk (PM, VoNB, NB Strain, APE, etc) and non-financial risk (operations, regulatory, marketing, etc).*
9. *To oversee the financials performance of products and drive strategy on product mix.*
10. *To ensure relevant risks (financial and non-financials), rewards, opportunities and threats are fully considered in the product approval process through adequate participation and sign-off from relevant functional an line management.*

**Tanggung Jawab**

1. Mengembangkan rencana strategis untuk pengembangan dan pemasaran produk asuransi sebagai bagian dari rencana strategis kegiatan usaha Perusahaan.
2. Menyetujui konsep/desain produk, keuangan indikatif selanjutnya, dan risiko selanjutnya.
3. Menyetujui/menandatangani dokumen implementasi produk:
  - a. Deskripsi Produk Akhir;
  - b. Harga Akhir;
  - c. Rencana Penjualan dan Pemasaran.
4. Menetapkan prioritas peluncuran produk/kalender produk, termasuk penetapan harga ulang dan penarikan produk.
5. Mengevaluasi kesesuaian produk asuransi yang akan dipasarkan dengan rencana strategis pengembangan dan pemasaran produk asuransi.
6. Mengevaluasi kinerja produk asuransi dan menghilangkan perubahan atau penghentian pemasaran.
7. Memantau portofolio produk secara berkesinambungan dan mengambil keputusan jika diperlukan.
8. Melakukan review tahunan terhadap tingkat proyeksi dana untuk dana yang ada.
9. Melakukan review pasca peluncuran produk yang diluncurkan dalam periode 12 bulan dan membandingkannya dengan target.

**Responsibilities**

1. *Develop a strategic plan for the development and marketing of insurance product as part of the strategic plan of the company's business activities.*
2. *Approve product concepts/design, subsequent indicative financials, and subsequent risk.*
3. *Approve/sign off product implementation documents: a. Final Plan Description; b. Final Pricing; c. Sales & Marketing Plan.*
4. *Set product launch priority/product calendar, including re-pricing and product withdrawals.*
5. *Evaluating the suitability of insurance product that will be marketed with strategic plan for the development and marketing of insurance product.*
6. *Evaluate the performance of insurance product and eliminate changes or termination of marketing.*
7. *Monitoring product portfolio on-going basis and take decision if necessary.*
8. *Performing annual review of fund projection rates for the existing funds.*
9. *Performing post launch review of products launched within 12-month period and compared against the target.*

**D. Frekuensi Rapat**

Komite Produk yang telah diangkat tersebut berkewajiban untuk mengadakan rapat atau pertemuan minimal 1 (satu) kali dalam 1 (satu) tahun atau lebih sering jika diperlukan sesuai dengan kebutuhan Perusahaan. Efektif per November 2022, Komite Produk mengadakan rapat paling sedikit 1 (satu) kali dalam sebulan. Komite dapat diminta untuk menyampaikan laporan kepada Direksi atas setiap pelaksanaan tugas, disertai dengan rekomendasi, jika diperlukan.

Selama tahun 2022, Komite Produk telah melakukan rapat sebanyak 2 (dua) kali.

**D. Meeting Frequency**

*The appointed Product Committee is obliged to hold meetings at least once a year or more frequent if necessary, according to Company's needs. Effective as of November 2022, the Investment Committee is obliged to hold meeting at least once a month. The Committee might be assigned to submit a report to the Board of Directors on each task implementation, along with the recommendatios, if necessary.*

*In 2022, Product Committee has conducted 2 (two) meetings.*

**Jumlah Kehadiran Rapat Komite Produk**  
*Total Attendance of Product Committee Meetings*

Nama <i>Name</i>	Jabatan <i>Title</i>	Jumlah Rapat Komite (2kali Rapat) <i>Total of Committee Meeting (2 Meetings)</i>	Persentase Kehadiran <i>Attendance Rate</i>
		Jumlah Kehadiran <i>Total Attendance</i>	
Han Changwoo	Ketua Komite	2	100%
Namkoong Hoon	Anggota Komite	2	100%
Kim Si Jun	Anggota Komite	2	100%
RR Francisca M. Ruswita	Anggota Komite	1	50%
Alexander F. Widjanarko	Anggota Komite	1	50%
Agustinawati	Anggota Komite	2	100%
Albine Pardede	Anggota Komite	2	100%
Umbu Prabawa	Anggota Komite	2	100%
Daniel Setiawan	Anggota Komite	0	0%
Zaenani Eko Trianto	Anggota Komite	2	100%



### 3. Komite Digital

#### A. Pembentukan

Komite Digital adalah Komite yang dibentuk oleh Direksi berdasarkan Surat Keputusan Direksi Nomor: 00256/HLI-SK/11-2022 tanggal 11 November 2022.

#### B. Keanggotaan

Adapun susunan keanggotaan dalam Komite Digital pada Perusahaan adalah sebagai berikut:

Ketua Komite	<b>Zaenani Eko Trianto</b> Kepala Divisi Digital & Information Technology
Anggota Komite	<b>Reza Utama</b> Kepala Divisi Policy Servicing
	<b>Pungky Andreas</b> Kepala Divisi Technical
	<b>Robertus Deddy Gunawan</b> Kepala Divisi Corporate Planning
	<b>Albine Pardede</b> Kepala Divisi Recruitment & Development
	<b>I Gusti Putu Anom Abadi</b> Kepala Departemen IT System Development
	<b>Selvy Junaedi</b> Kepala Departemen Legal, Compliance & Corporate Secretary
	<b>Lutfia Esturini</b> Kepala Departemen Open Innovation
	<b>Annie Vilenia</b> Channel Planning

#### C. Tugas dan Tanggung Jawab

Komite Digital bertugas dan bertanggung jawab atas:

1. Realisasi Digital Transformation
  - a. Melakukan monitor dan evaluasi atas perkembangan pekerjaan proyek pengembangan system;
  - b. Melakukan evaluasi atas prioritas pengembangan system;

### 3. Digital Committee

#### A. Establishment

Digital Committee is a committee established by the Board of Directors based on the Board of Directors Decree Number: 00256/HLI-SK/11-2022 dated 11 November 2022.

#### B. Membership

The membership composition of Digital Committee of the Company is as follows:

Chairman	<b>Zaenani Eko Trianto</b> Head of Digital & Information Technology Division
Committee members	<b>Reza Utama</b> Head of Policy Servicing Division
	<b>Pungky Andreas</b> Head of Policy Servicing Division
	<b>Robertus Deddy Gunawan</b> Head of Corporate Planning Division
	<b>Albine Pardede</b> Head of Recruitment & Development Division
	<b>I Gusti Putu Anom Abadi</b> Head of IT System Development Department
	<b>Selvy Junaedi</b> Head of Legal, Compliance & Corporate Secretary
	<b>Lutfia Esturini</b> Head of Open Innovation Department
	<b>Annie Vilenia</b> Channel Planning

#### C. Duties and Responsibilities

Digital Committee is in charge and responsible for:

1. Digital Transformation Realization
  - a. To monitor and evaluate working progress of system development projects;
  - b. To evaluate the priority for system development;

- c. Melakukan penyesuaian, jika diperlukan, berdasarkan perkembangan dan kondisi terkini.

#### 2. Model Bisnis Baru

- a. Menjajaki dan melakukan evaluasi atas berbagai jenis skema model bisnis dari berbagai industri (berbeda);
- b. Menjajaki, melakukan evaluasi, melakukan pendekatan dan mendirikan strategic partnership dengan rekan bisnis potensial;
- c. Mengembangkan strategic business flow dalam dokumen business case;
- d. Melaksanakan testing dan evaluasi atas aplikasi prototype (termasuk integrasinya).

#### D. Frekuensi Rapat

Selama tahun 2022, Komite Digital telah melakukan rapat sebanyak 2 (dua) kali.

**Jumlah Kehadiran Rapat Komite Digital**  
Total Attendance of Digital Committee Meetings

Nama Name	Jabatan Title	Jumlah Rapat Komite (2kali Rapat) Total of Committee Meeting (2 Meetings)	
		Jumlah Kehadiran Total Attendance	Persentase Kehadiran Attendance Rate
Zaenani Eko Trianto	Ketua Komite	2	100%
Reza Utama	Anggota Komite	1	50%
Pungky Andreas	Anggota Komite	1	50%
Robertus Deddy G.	Anggota Komite	0	0%
Albine Pardede	Anggota Komite	2	100%
I Gusti Putu Anom Abadi	Anggota Komite	1	50%
Selvy Junaedi	Anggota Komite	2	100%
Lutfia Esturini	Anggota Komite	1	50%
Annie Vilenia	Anggota Komite	0	0%

- c. To make any adjustment, if necessary, based on updates and progress.

#### 2. New Business Model

- a. To explore and evaluate various business model scheme across (different) industry;
- b. To explore, evaluate, approach and establish strategic partnership with potential business partners;
- c. To develop strategic business flow within business case(s) document;
- d. To perform testing and evaluation application prototype (include its integration).

#### D. Meeting Frequency

In 2022, Digital Committee has conducted 2 (two) meetings.

#### 4. Komite Budaya

##### A. Pembentukan

Komite Budaya adalah Komite yang dibentuk oleh Direksi berdasarkan Surat Keputusan Direksi Nomor: 00254/HLI-SK/11-2022 tanggal 11 November 2022.

##### B. Keanggotaan

Adapun susunan keanggotaan dalam Komite Budaya pada Perusahaan adalah sebagai berikut:

Ketua Komite	Alexander F. Widjanarko Direktur & CCO
Anggota Komite	Zaenani Eko Trianto Kepala Divisi Digital & Information Technology
	Robertus Deddy Gunawan Kepala Divisi Corporate Planning
	Selvy Junaedi Kepala Departemen Legal, Compliance & Corporate Secretary
	William Kanggo Human Capital Planning
	Muhammad Syahronny Rasdyantoro Human Capital Support

##### C. Tugas dan Tanggung Jawab

###### Tugas

Komite Budaya memiliki tugas membantu Direksi untuk:

1. Pengembangan konsep strategis dalam pembentukan kembali budaya Perusahaan.
2. Pengembangan kompetensi karyawan (right person on the right place).
3. Pelaksanaan Tata Kelola Perusahaan Yang Baik.
4. Membuat konsep kerja budaya adaptif.
5. Menyiapkan konsep excellent people dan suksesi dan juga hubungan yang lebih kuat untuk mendukung kinerja bisnis.
6. Memperkuat Pengendalian Internal di Perusahaan.

###### Tanggung Jawab

Komite Budaya bertanggungjawab membantu Direksi dalam:

1. Mengembangkan organisasi/tenaga kerja.
2. Stabilitas Tata Kelola.

#### 4. Culture Committee

##### A. Establishment

Culture Committee is a committee established by the Board of Directors based on the Board of Directors Decree Number: 00254/HLI-SK/11-2022 dated 11 November 2022.

##### B. Membership

The membership composition of Digital Committee of the Company is as follows:

Chairman	Alexander F. Widjanarko Director & CCO
Committee members	Zaenani Eko Trianto Head of Digital & Information Technology Division
	Robertus Deddy Gunawan Head of Corporate Planning Division
	Selvy Junaedi Head of Legal, Compliance & Corporate Secretary
	William Kanggo Human Capital Planning
	Muhammad Syahronny Rasdyantoro Human Capital Support

##### C. Duties and Responsibilities

###### Duties

Culture Committee is responsible to assist Company's BOD for:

1. Establishment of strategic concept for reshaping Company's culture;
2. Development of manpower competitiveness (right person on the right place);
3. Implementation of Good Corporate Governance.
4. Creating concept of adaptive work of culture;
5. Creating excellent people concept and succession as well for the stronger relationship to support business performance;
6. Improvement of Company's Internal Control.

###### Responsibility

Culture Committee is responsible for the following:

1. Improvement of organization/ manpower.
2. Governance Stabilization.

#### D. Frekuensi Rapat

Selama tahun 2022, Komite Budaya telah melakukan rapat sebanyak 2 (dua) kali.

Jumlah Kehadiran Rapat Komite Budaya  
Total Attendance of Culture Committee Meetings

Nama Name	Jabatan Title	Jumlah Rapat Komite (2kali Rapat) Total of Committee Meeting (2 Meetings)	Persentase Kehadiran Attendance Rate
		Jumlah Kehadiran Total Attendance	
Alexander F. Widjanarko	Ketua Komite	2	100%
Robertus Deddy G.	Anggota Komite	0	0%
Zaenani Eko Trianto	Anggota Komite	2	100%
Selvy Junaedi	Anggota Komite	2	100%
William Kanggo	Anggota Komite	1	50%
M. Syahronny R.	Anggota Komite	1	50%

#### 5. Komite Manajemen Risiko

##### A. Pembentukan

Komite Manajemen Risiko adalah Komite yang dibentuk oleh Direksi berdasarkan Piagam Komite Manajemen Risiko Nomor: 00002/HLI-SK BOC/12/2020 tanggal 1 Desember 2020.

##### B. Keanggotaan

Adapun susunan keanggotaan dalam Komite Budaya pada Perusahaan adalah sebagai berikut:

Ketua Komite	Alexander F. Widjanarko Direktur & CCO
Anggota Komite	Kim Si Jun Direktur & CFO
	Robertus Deddy Gunawan Kepala Divisi Corporate Planning
	Anysa P. Ramdania Kepala Departement Enterprise Risk Management & Know Your Customer

#### D. Meeting Frequency

In 2022, Culture Committee has conducted 2 (two) meetings.

#### 5. Risk Management Committee

##### A. Establishment

The Risk Management Committee is a Committee established by the Board of Directors based on the Risk Management Committee Charter Number: 00002/HLI-SK BOC/12/2020 dated 1 December 2020.

##### B. Membership

The membership composition of Digital Committee of the Company is as follows:

Chairman	Alexander F. Widjanarko Director & CCO
Committee members	Kim Si Jun Direktur & CFO
	Robertus Deddy Gunawan Head of Corporate Planning Division
	Anysa P. Ramdania Head of Enterprise Risk Management & Know Your Customer Department



**C. Tugas dan Tanggung Jawab**

Komite Manajemen Risiko bertugas membantu Direksi dalam pelaksanaan manajemen risiko, untuk menilai toleransi risiko yang dapat diambil oleh Perusahaan meliputi:

- Melakukan penyusunan strategi dan pedoman penerapan manajemen risiko;
- Melakukan perbaikan atau penyesuaian pelaksanaan manajemen risiko berdasarkan hasil evaluasi pelaksanaan manajemen risiko;
- Penetapan hal-hal yang terkait dengan keputusan bisnis yang menyimpang dari prosedur normal;
- Menilai aktivitas Manajemen Risiko termasuk menilai risiko yang dapat diambil oleh Perusahaan.

**D. Frekuensi Rapat**

Komite Manajemen Risiko wajib melakukan rapat paling sedikit 1 (satu) kali dalam 3 (tiga) bulan. Selama tahun 2022, Komite Manajemen Risiko telah melakukan rapat sebanyak 4 (empat) kali dan dihadiri oleh seluruh anggota Komite Manajemen Risiko.

**Jumlah Kehadiran Rapat Komite Manajemen Risiko**  
Total Attendance of Risk Management Committee Meetings

Nama Name	Jabatan Title	Jumlah Rapat Komite (4 kali Rapat) Total of Committee Meeting (4 Meetings)	Persentase Kehadiran Attendance Rate
		Jumlah Kehadiran Total Attendance	
Alexander F. Widjanarko	Ketua Komite	4	100%
Kim Si Jun*	Anggota Komite	1	100%
Robertus Deddy G.	Anggota Komite	4	100%
Anysa P. Ramdania	Anggota Komite	4	100%

\*Efektif menjadi anggota sejak 28 Oktober 2022 sehingga hanya menghadiri 1 (satu) rapat, yakni pada Desember 2022 Effective as a member since October 28, 2022 so that he only attends 1 (one) meeting, namely in December 2022.

**6. Komite Pengarah Teknologi Informasi**

**A. Pembentukan**

Komite Pengarah Teknologi Informasi adalah Komite yang dibentuk oleh Direksi berdasarkan Surat Keputusan Direksi sebagaimana terakhir kali diubah dengan Surat Keputusan Direksi No. 00249/HLI-SK/11/2022 tanggal 1 November 2022.

**C. Duties and Responsibilities**

Risk Management Committee is responsible to assist the Board of Directors in the implementation of risk management, to assess the risk tolerance that can be taken by Company, including:

- Establish strategy and guideline for the implementation of risk management;
- Enhancement or adjustment for risk management implementation based on the evaluation result of risk management implementation;
- Stipulate certain matters relating to business decisions that deviate from normal procedures;
- Assess the effectiveness of risk management including assessing risk tolerance that can be taken by Company.

**D. Meeting Frequency**

Risk Management Committee shall conduct committee meetings at least 1 (one) time in 3 (three) months. As of 2022, Risk Management Committee has conducted 4 (four) meetings and attended by all the Risk Management Committee members.

**6. Information Technology Committee**

**A. Establishment**

IT Steering Committee is a committee established by the Board of Directors based on the Board of Directors Decree No. 00249/HLI-SK/11/2022 dated 1 November 2022.

**B. Keanggotaan**

Adapun susunan keanggotaan dalam Komite Budaya pada Perusahaan adalah sebagai berikut:

Ketua Komite	<b>Namkoong Hoon</b> Direktur Utama & CEO
Anggota Komite	<b>Alexander F. Widjanarko</b> Direktur & CCO
	<b>Zaenani Eko Trianto</b> Kepala Divisi Digital & Information Technology
	<b>Reza Utama</b> Kepala Divisi Policy Servicing
	<b>Anysa P. Ramdania</b> Kepala Departement Enterprise Risk Management & Know Your Customer
	<b>Markum Fuadi</b> Staf Core Management

**C. Tugas dan Tanggung Jawab**

Komite Pengarah Teknologi Informasi bertanggungjawab untuk memberikan rekomendasi kepada Direksi Perusahaan paling sedikit mengenai:

- Rencana pengembangan Teknologi Informasi yang sejalan dengan kegiatan usaha Perusahaan;
- Perumusan kebijakan dan prosedur Teknologi Informasi;
- Kesesuaian proyek Teknologi Informasi yang disetujui dengan rencana pengembangan Teknologi Informasi;
- Kesesuaian pelaksanaan proyek Teknologi Informasi dengan proyek Teknologi Informasi yang disetujui;
- Kesesuaian Teknologi Informasi dengan kebutuhan sistem informasi manajemen serta kebutuhan kegiatan usaha Perusahaan;
- Efektivitas mitigasi risiko atas investasi Perusahaan pada sektor Teknologi Informasi agar investasi Perusahaan pada sektor Teknologi Informasi memberikan kontribusi terhadap pencapaian tujuan bisnis Perusahaan;
- Pemantauan atas kinerja Teknologi Informasi dan upaya peningkatan kinerja Teknologi Informasi;
- Upaya penyelesaian berbagai masalah terkait Teknologi Informasi yang tidak dapat diselesaikan oleh satuan kerja pengguna dan penyelenggara Teknologi Informasi secara efektif, efisien, dan tepat waktu; dan
- Kecukupan dan alokasi sumber daya Teknologi Informasi yang dimiliki Perusahaan.

**B. Membership**

The membership composition of Digital Committee of the Company is as follows:

Chairman	<b>Namkoong Hoon</b> Director & CEO
Committee members	<b>Alexander F. Widjanarko</b> Director & CCO
	<b>Zaenani Eko Trianto</b> Head of Digital & Information Technology Division
	<b>Reza Utama</b> Head of Policy Servicing Division
	<b>Anysa P. Ramdania</b> Head of Enterprise Risk Management & Know Your Customer Department
	<b>Markum Fuadi</b> Core Management Staff

**C. Duties and Responsibilities**

Information Technology Steering Committee is responsible to advise the Board of Directors of Company at least regarding:

- information Technology development plan that is in line with the business operation of the Company;
- formulation of policy and procedure of Information Technology;
- the suitability of an Information Technology project approved by the Information Technology development plan;
- the suitability of the implementation of Information Technology projects with an approved Information Technology projects;
- the suitability of Information Technology with the needs of information management systems as well as requirements for Company business activities;
- effectivity of risks mitigation of Company investment on Information Technology sector that contributes to the achievement of Company's business purpose;
- monitoring on Information Technology performance and efforts to improve the Information Technology performance;
- efforts to resolve various related problems Information Technology that cannot be resolved by the user and operator working units of Information Technology in effective, efficient, and timely manner; and
- sufficiency and allocation of Information Technology resources owned by the Company.

**D. Frekuensi Rapat**

Selama tahun 2022, Komite Pengarah Teknologi Informasi telah melakukan rapat sebanyak 1 (satu) kali.

**Jumlah Kehadiran Rapat Komite Pengarah Teknologi Informasi**  
Total Attendance of IT Steering Committee Meetings

Nama Name	Jabatan Title	Jumlah Rapat Komite (1 kali Rapat) Total of Committee Meeting (1 Meetings)	Persentase Kehadiran Attendance Rate
		Jumlah Kehadiran Total Attendance	
Namkoong Hoon*)	Ketua Komite	0	0%
Alexander F. Widjanarko	Anggota Komite	1	100%
Zaenani Eko Trianto	Anggota Komite	1	100%
Reza Utama*	Anggota Komite	0	0%
Anysa P. Ramdania	Anggota Komite	1	100%
Markum Fuadi	Anggota Komite	1	100%

\*Efektif menjadi anggota sejak 1 November 2022 sehingga belum pernah menghadiri rapat yang telah dilaksanakan pada Juni 2022  
Effectively become a member since November 1 2022 so have never attended the meeting which was held in June 2022.

**D. Meeting Frequency**

In 2022, IT Steering Committee has conducted 1 (one) meeting.

**7. Fungsi Perlindungan Konsumen dan Masyarakat****A. Pembentukan**

Fungsi Perlindungan Konsumen dibentuk oleh Direksi berdasarkan Surat Keputusan Direksi No. 00243/HLI-SK/10/2022 tanggal 17 Oktober 2022.

**B. Keanggotaan**

Adapun susunan keanggotaan dalam Fungsi Perlindungan Konsumen dan Masyarakat pada Perusahaan terdiri atas:

Kepala Departemen LCCS (sebagai Koordinator)

Kepala Divisi Policy Servicing

Kepala Divisi Recruitment & Development

Kepala Divisi Channel, Product & Communication

Aktuaris Perusahaan

Kepala Departemen Product Strategy

**7. Customer and Public Protection Function****A. Establishment**

Customer and Public Protection Function established based on the Board of Directors Decree No. 00243/HLI-SK/10/2022 dated 17 October 2022.

**B. Membership**

The membership composition of the Company's Customer and Public Protection function is consisting of:

Head of LCCS Department (as the Coordinator)

Head of Policy Servicing Division

Head of Recruitment & Development Division

Head of Channel, Product & Communication Division

Appointed Actuary

Head of Product Strategy Department

**C. Tugas dan Tanggung Jawab**

Fungsi Perlindungan Konsumen dan Masyarakat memiliki tugas di bawah ini:

- memberikan sosialisasi kepada seluruh Pegawai di Perusahaan mengenai Perlindungan Konsumen dan Masyarakat;
- mengkoordinasikan proses perencanaan dan pelaksanaan kepatuhan Perusahaan terhadap ketentuan mengenai Perlindungan Konsumen dan Masyarakat di sektor jasa keuangan;
- berkoordinasi dengan unit terkait untuk pemantauan dan evaluasi atas pelaksanaan kepatuhan Perusahaan terhadap ketentuan mengenai Perlindungan Konsumen dan Masyarakat di sektor jasa keuangan;
- melaporkan kepada Direksi secara tertulis mengenai implementasi Perlindungan Konsumen dan Masyarakat, serta memberikan rekomendasi untuk perbaikan dan pengembangan Perlindungan Konsumen dan Masyarakat; dan
- mengkoordinasikan penyusunan dan penyampaian laporan terkait Perlindungan Konsumen dan Masyarakat di sektor jasa keuangan sesuai dengan ketentuan perundang-undangan di sektor jasa keuangan.

**8. Fungsi Literasi dan Inklusi Keuangan****A. Pembentukan**

Fungsi Literasi dan Inklusi Keuangan dibentuk oleh Direksi sebagaimana terakhir kali diubah berdasarkan Surat Keputusan Direksi No. 00246A/HLI-SK/10/2022 tanggal 1 November 2022.

**B. Keanggotaan**

Adapun penanggung jawab Fungsi Literasi dan Inklusi Keuangan terdiri atas:

Kepala Departemen Communication

Staf Departemen Communication

**C. Duties and Responsibilities**

Customer and Public Protection Function has the following duties:

- socialize to all Employees in the Company regarding Consumer and Public Protection;
- coordinate the process of planning and implementing the Company's compliance with the provisions concerning Consumer and Public Protection in the financial services sector;
- coordinate with related units for monitoring and evaluation of the implementation of the Company's compliance with the provisions concerning Consumer and Public Protection in the financial services sector;
- report to the Board of Directors regarding the implementation of Consumer and Public Protection, as well as provide recommendations for improvement and development of Consumer and Public Protection; and
- coordinate the preparation and submission of reports related to Consumer and Public Protection in the financial services sector in accordance with the provisions of the legislation in the financial services sector.

**8. Financial Literacy and Inclusion Function****A. Establishment**

Financial Literacy and Inclusion Function established based on the Board of Directors Decree No. 00246A/HLI-SK/10/2022 dated 1 November 2022.

**B. Membership**

The responsible officer of the Financial Literacy and Inclusion Function is consisting of:

Head of Communication Department

Communication Department Staff



**C. Tugas dan Tanggung Jawab**

Fungsi Literasi dan Inklusi Keuangan memiliki tugas di bawah ini:

**a. Terkait ke Literasi Keuangan:**

- (i) menyusun pedoman pelaksanaan kegiatan dalam rangka meningkatkan Literasi Keuangan;
- (ii) merencanakan kegiatan dalam rangka meningkatkan Literasi Keuangan;
- (iii) melaksanakan kegiatan dalam rangka meningkatkan Literasi Keuangan;
- (iv) melakukan pemantauan dan evaluasi atas pelaksanaan kegiatan dalam rangka meningkatkan Literasi Keuangan yang telah dilaksanakan oleh Perusahaan;
- (v) menyampaikan laporan rencana dan laporan realisasi kegiatan dalam rangka meningkatkan Literasi Keuangan;
- (vi) memberikan masukan kepada unit bisnis yang melakukan riset dan pengembangan produk dan/atau layanan Perusahaan untuk mengembangkan produk dan/atau layanan Perusahaan yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan Konsumen dan/atau masyarakat yang dapat diperoleh berdasarkan hasil pemantauan dan evaluasi kegiatan dalam rangka meningkatkan Literasi Keuangan; dan
- (vii) tugas lain yang terkait dengan pelaksanaan kegiatan dalam rangka meningkatkan Literasi Keuangan Perusahaan.

**b. Terkait ke Inklusi Keuangan:**

- (i) menyusun pedoman pelaksanaan kegiatan dalam rangka meningkatkan Inklusi Keuangan;
- (ii) merencanakan kegiatan dalam rangka meningkatkan Inklusi Keuangan;
- (iii) melaksanakan kegiatan dalam rangka meningkatkan Inklusi Keuangan;
- (iv) melakukan pemantauan dan evaluasi atas kegiatan dalam rangka meningkatkan Inklusi Keuangan yang telah dilaksanakan oleh Perusahaan;
- (v) menyampaikan laporan rencana dan laporan realisasi kegiatan dalam rangka meningkatkan Inklusi Keuangan;
- (vi) memberikan masukan kepada unit bisnis yang melakukan riset dan pengembangan produk dan/atau layanan Perusahaan untuk mengembangkan produk dan/atau layanan Perusahaan yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan Konsumen dan/atau masyarakat yang dapat diperoleh berdasarkan hasil pemantauan dan evaluasi kegiatan dalam rangka meningkatkan Inklusi Keuangan;
- (vii) memberikan masukan kepada unit Literasi Keuangan dalam rangka penyusunan materi Edukasi Keuangan terkait produk dan/atau layanan Perusahaan yang dikembangkan; dan

**C. Duties and Responsibilities**

*Financial Literacy and Inclusion Function has the following duties:*

**a. In relation to Financial Literacy:**

- (i) *prepare guidelines for the implementation of activities in order to improve Financial Literacy;*
- (ii) *planning activities in order to improve Financial Literacy;*
- (iii) *carry out activities in order to improve Financial Literacy;*
- (iv) *monitor and evaluate the implementation of activities in order to improve Financial Literacy that has been implemented by the Company;*
- (v) *submit a report on the plan and report on the realization of activities in order to improve Financial Literacy;*
- (vi) *provide input to business units conducting research and development of Company products and/or services to develop Company products and/or services that are in accordance with the needs and capabilities of Consumers and/or society which can be obtained based on the results of monitoring and evaluation of activities in order to improve Financial Literacy; and*
- (vii) *other tasks related to the implementation of activities in order to improve Financial Literacy of the Company.*

**b. In relation to Financial Inclusion:**

- (i) *prepare guidelines for the implementation of activities in order to improve Financial Inclusion;*
- (ii) *planning activities in order to increase Financial Inclusion;*
- (iii) *carry out activities in order to increase Financial Inclusion;*
- (iv) *carry out monitoring and evaluation of activities in order to improve Financial Inclusion that has been implemented by the Company;*
- (v) *submit a report on the plan and report on the realization of activities in order to improve Financial Inclusion;*
- (vi) *provide input to business units conducting research and development of Company products and/or services to develop Company products and/or services that are in accordance with the needs and capabilities of Consumers and/or the public that can be obtained based on the results of monitoring and evaluation of activities in order to improve Financial Inclusion;*
- (vii) *provide input to the Financial Literacy unit in the context of preparing Financial Education materials related to the Company's products and/or services being developed; and*

(viii) tugas lain yang terkait dengan pelaksanaan kegiatan dalam rangka meningkatkan Inklusi Keuangan Perusahaan.

(viii) *other tasks related to the implementation of activities in order to increase Financial Inclusion of the Company.*

**9. Fungsi Kepatuhan**

Bertugas membantu Direksi dalam memastikan kepatuhan terhadap peraturan perundang-undangan di bidang usaha perasuransian dan peraturan perundang-undangan lainnya dan bertanggung jawab langsung ke Direktur Utama. Satuan Kerja ini ditetapkan berdasarkan Surat Keputusan Direksi dan terakhir diubah dalam Surat Keputusan Direksi No. 00097/HLI-SK/03-2020 tanggal 27 Oktober 2020.

**10. Fungsi Manajemen Risiko**

Bertugas untuk melakukan pengelolaan dan berkoordinasi untuk melakukan penerapan manajemen risiko secara konsisten dan berkala. Unit Kerja Manajemen Risiko ini ditetapkan berdasarkan Surat Keputusan Direksi Nomor: 00035/HLI-SK/06-2020.

**11. Fungsi Internal Auditor**

Fungsi Internal Auditor bertugas untuk melakukan pemeriksaan dan pemantauan atas seluruh kegiatan Perusahaan. Internal Auditor bersifat independen dan bertanggung jawab secara langsung kepada Direktur Utama Perusahaan dan secara tidak langsung ke Komite Audit Perusahaan. Perusahaan telah mengangkat dan menetapkan William A.P. Hutapea sebagai Internal Auditor berdasarkan Surat Keputusan Direksi Nomor: 00089/HLI-SK/10-2021 tanggal 21 Oktober 2021.

**12. Fungsi Pengelolaan Investasi**

Bertugas untuk melakukan pengelolaan terhadap investasi Perusahaan. Fungsi ini telah ditetapkan berdasarkan Surat Keputusan Direksi Nomor: 021/SK-DIR/X/2017 tanggal 20 Oktober 2017 dan menunjuk Dhamayanti Liger sebagai penanggung jawab fungsi wakil Manajer Investasi.

**13. Pejabat Implementasi Penerapan Program Anti Pencucian Uang dan Pencegahan Pendanaan Terorisme**

Pejabat APU PPT bertugas secara independen untuk mengawasi proses dan memantau transaksi yang dapat dikategorikan mencurigakan. Penunjukan pejabat ini ditetapkan berdasarkan Surat Keputusan Direksi Nomor: 00073/HLI-SK/07-2020 tanggal 21 Juli 2020.

**14. Fungsi Penanganan Pengaduan Nasabah**

Bertugas untuk melayani dan menyelesaikan pengaduan nasabah Perusahaan. Unit kerja ini dibentuk berdasarkan Surat Keputusan Direksi No. 000100A/HLI-SK/12-2021 tanggal 2 Desember 2021.

**9. Compliance Function**

*Compliance Function is responsible to assist the Board of Directors in ensuring compliance with laws and regulations in the field of insurance business and other laws and regulations and is directly responsible to the President Director. This Work Unit was established based on the Board of Directors Decree and lastly amended in the Board of Directors Decree No. 00097/HLI-SK/03-2020 dated 27 October 2020.*

**10. Risk Management Working Unit**

*Responsible to managing and coordinating the risk management implementation consistently and periodically. This Working Unit was established by the Board of Directors Decree Number: 00035/HLI-SK/06-2020 and appointed Anyssa P. Ramdania as an official in charge of risk management function.*

**11. Internal Audit Working Unit**

*Internal Auditor has the responsible to do examination and monitoring on all company's activities. Internal Auditor must act independent and report directly to President Director and indirectly to the Audit Committee. Company has appointed William A.P. Hutapea as the Internal Auditor based on BOD Decree Number: 00089/HLI-SK/10-2021 dated 19 October 2021.*

**12. Investment Working Unit or Functions**

*Responsible for managing the Company's investment. This function has been determined based on BOD Decree Number: 021/SK-DIR/X/2017 dated 20 October 2017 and appointed Dhamayanti Liger as an official in charge of Investment Manager representative function.*

**13. Official in Charge of Anti Money Laundering and Prevention of Fund Terrorism**

*The official of APU PPT is responsible to supervise and monitor the suspicious transaction independently. The appointment of this official has been set on Board of Directors Decree Number: 00073/HLI-SK/07-2020 dated 21 July 2020.*

**14. Customer Complaint Working Unit**

*Responsible for handling and resolving complaints from the customers of the Company. This working unit was established based on the Board of Directors Decree No. 000100A/HLI-SK/12-2021 dated 2 December 2021.*

# Remunerasi Direksi dan Dewan Komisaris

## Remuneration Of Board Of Directors and Board Of Commissioners

### 1. Indikator Penetapan Remunerasi Dewan Komisaris dan Direksi

Indikator penetapan remunerasi Dewan Komisaris dan Direksi didasarkan pada pencapaian kinerja Perusahaan yang meliputi hasil kinerja keuangan, tingkat kesehatan Perusahaan dan berlandaskan tata kelola risiko yang ditetapkan oleh regulator. Selain itu, kebijakan remunerasi juga ditetapkan dengan mempertimbangkan kondisi perekonomian nasional.

### 2. Prosedur Penetapan Kebijakan Remunerasi Dewan Komisaris dan Direksi

Perusahaan menyusun struktur, kebijakan, dan besaran remunerasi bagi anggota Dewan Komisaris dan Direksi dilakukan dengan memperhatikan tugas, wewenang, kinerja, dan tanggung jawab masing-masing anggota Dewan Komisaris dan Direksi. Penetapan kebijakan remunerasi bagi Dewan Komisaris dan Direksi juga dilakukan dengan memperhatikan kebijakan remunerasi yang berlaku di industri sejenis dan kemampuan Perusahaan.

Prosedur penetapan remunerasi Dewan Komisaris dan Direksi adalah sebagai berikut:

- a. RUPS melakukan analisis dan kemudian menentukan struktur remunerasi yang akan diberikan kepada Dewan Komisaris dan Direksi dengan memperhatikan informasi atas kisaran dan standar remunerasi dengan industri sejenis di pasaran serta kemampuan Perusahaan;
- b. Setelah adanya keputusan dari RUPS tersebut di atas, Direksi akan menindaklanjutinya dengan berkoordinasi dengan Departemen Human Capital Perusahaan sebagai departemen yang menangani remunerasi di Perusahaan.

### 1. Indicators for Determining the Remuneration of the BOD and BOC

The indicators for determining the remuneration of the Board of Commissioners and the Board of Directors are based on the achievement of Company's performance which includes the results of financial performance, the soundness level of Company and based on risk management as determined by the regulator. In addition, the remuneration policy is also determined by the consideration of national economy condition.

### 2. Procedure for Determining the Remuneration Policy for the BOC and BOD

The Company formulates the structure, policies, and amount of remuneration for members of the Board of Commissioners and the Board of Directors by considering the duties, authorities, performance and responsibilities of each member of the Board of Commissioners and Board of Directors. The determination of remuneration policies for the Board of Commissioners and Directors is also carried out by taking into account the remuneration policies applicable in similar industries as well as Company's capability.

The procedure for determining the remuneration for the Board of Commissioners and the Board of Directors is as follows:

- a. The GMS conducts an analysis and then determines the remuneration structure to be given to the Board of Commissioners and the Board of Directors by considering the information on the range and standard of remuneration with similar industries in the market and Company's capabilities;
- b. Upon the aforementioned GMS decision, the Board of Directors will follow up by coordinating with Company's Human Capital Department as the department that handles remuneration in Company.

### 3. Nilai Remunerasi Dewan Komisaris dan Direksi

Dalam menjalankan tugas dan tanggung jawabnya, Dewan Komisaris dan Direksi mendapat sejumlah paket remunerasi sesuai dengan ketentuan Perusahaan. Adapun total nilai remunerasi yang diberikan kepada Dewan Komisaris dan Direksi selama tahun 2022 dengan rincian sebagai berikut:

Jenis Remunerasi Remuneration Type	Kepemilikan Ownership
Imbalan Kerja Jangka Pendek Short-term employee benefits	Rp 9.459.126.630
Imbalan Kerja Jangka Pendek Short-term employee benefits	-
<b>Jumlah</b> Total	<b>Rp 9.459.126.630</b>

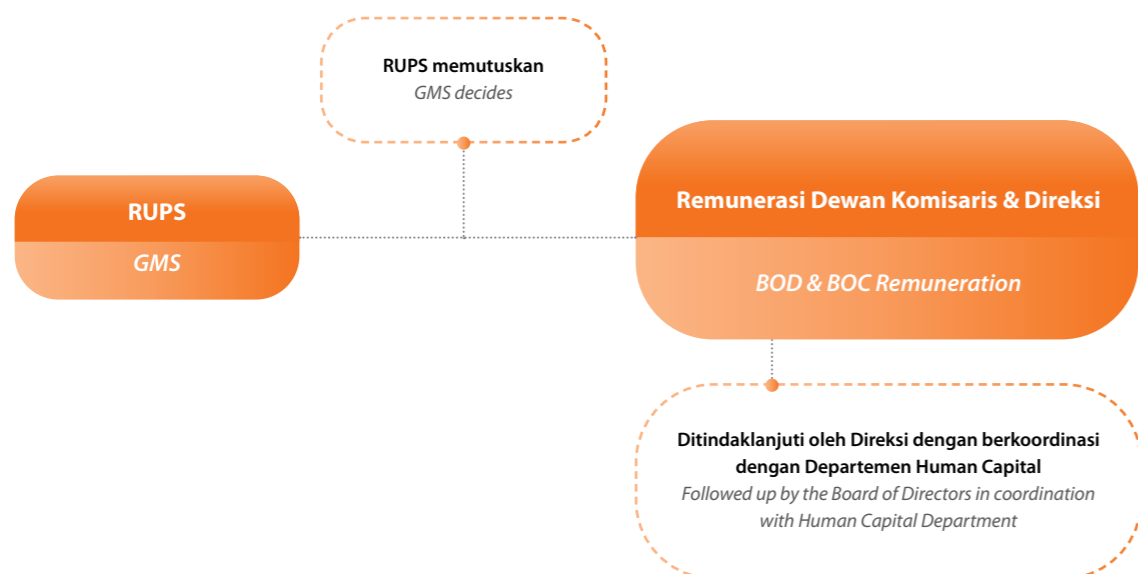
Adapun jumlah anggota Direksi dan Dewan Komisaris yang menerima paket remunerasi dalam 1 (satu) tahun yang dikelompokkan sesuai tingkat penghasilan sebagai berikut:

### 3. The Value of Remuneration of BOC and BOD

In carrying out their duties and responsibilities, the Board of Commissioners and the Board of Directors receive a remuneration package in accordance with Company regulations. The total value of remuneration given to the Board of Commissioners and Directors for year 2022 is as follows:

The number of members of the Board of Directors and Board of Commissioners who receive remuneration packages in 1 (one) year which is classified according to income level as follows:

Jumlah Remunerasi Perorang Dalam 1 Tahun Total Remuneration Per Person in 1 Year	Jumlah Direksi Total of BOD	Jumlah Dewan Komisaris Total BOC
Di atas Rp 2 miliar Above IDR 2 billion	2	0
Di atas Rp 1 miliar s.d Rp 2 miliar Above IDR 1 billion to IDR 2 billion	3	0
Di atas Rp 500 juta s.d Rp 1 miliar Above IDR 500 million to IDR 1 billion	0	0
Rp 500 juta ke bawah Below IDR 500 million	1	2





## Sistem Pengendalian Internal

### Internal Control System

Dalam melakukan aktivitasnya, Perusahaan menganut prinsip "tiga lini pertahanan" untuk mengatur dan mengendalikan risiko bisnis dan berperan dalam fungsi pengendalian sebagai berikut:

#### Lini Pertama (Unit Bisnis)

Unit Bisnis sebagai lini yang terlibat dalam operasional harian dan bertindak sebagai kontak pertama dengan berbagai pihak. Lini pertama ini merupakan fungsi dalam Perusahaan yang bertanggung jawab untuk mengelola risiko dan bertindak sebagai pemilik risiko.

#### Lini Kedua (Fungsi Manajemen Risiko)

Fungsi ini berperan dalam menentukan kebijakan dan standar serta melakukan proses monitoring dan memastikan bahwa pengendalian internal telah dilakukan oleh Lini pertama. Selain itu, Lini Kedua membantu Lini Pertama dalam mengimplementasikan strategi, memberikan pandangan terhadap risiko, membantu mengelola risiko, menjalankan kontrol sesuai dengan kebijakan dan prosedur yang ada, serta memperoleh informasi dan memberikan pelaporan kepada Direksi mengenai kondisi risiko Perusahaan secara keseluruhan.

#### Lini ketiga (Audit Internal)

Fungsi ini merupakan fungsi independen yang berperan untuk memberikan kepastian atas pelaksanaan ketentuan dan kebijakan serta pengendalian internal yang dijalankan oleh Lini Pertama dan Kedua. Fungsi Internal Audit berada langsung di bawah pengawasan Direktur Utama Perusahaan dan bertugas memberikan informasi mengenai kondisi serta efektivitas pengelolaan risiko dan pengendalian internal yang dijalankan oleh Lini Pertama dan Kedua di Perusahaan.

Selama tahun 2021, Internal Audit Perusahaan telah melakukan kegiatan audit terhadap aktivitas beberapa departemen di Perusahaan, antara lain dan telah memberikan laporan kepada Direktur Utama berisi temuan audit, rekomendasi audit serta tindak lanjut (follow up) atas rekomendasi yang diberikan oleh Internal Audit kepada masing-masing Departemen. Selain itu, Internal Audit juga telah mengajukan Rencana Tahunan Audit Internal Tahun 2022 yang telah disetujui oleh Komite Audit pada Rapat Komite Audit tanggal 29 November 2021.

*In carrying out its activities, the Company adheres to the principle of "three lines of defense" to manage and control business risks and in charge of the following control functions:*

#### *First Line (Business Unit)*

*Business Unit as a line involved in daily operations and acts as the first contact with various parties. This first line is a function within the Company that is responsible for managing risks and acting as risk owners.*

#### *Second Line (Risk Management Function)*

*This function is in charge of determining policies and standards as well as conducting the monitoring process and ensuring that internal control has been carried out by the first line. In addition, the Second Line assists the First Line in implementing strategies, providing insight into risks, helping manage risks, carrying out controls in accordance with existing policies and procedures, as well as obtaining information and reporting to the Board of Directors regarding the entire risk conditions of the Company.*

#### *Third Line (Internal Audit)*

*This function is an independent function whose role is to provide certainty on the implementation of provisions and policies as well as internal control carried out by the First and Second Lines. The Internal Audit function is directly under the supervision of the President Director of the Company and is assigned with providing information on the condition and effectiveness of risk management and internal control carried out by the First and Second Lines in the Company.*

*In 2020, the Company's Internal Audit has carried out audit activities on the activities of several departments in the Company, among others and has provided reports to the President Director containing audit findings, audit recommendations and follow-up on the recommendations given by Internal Audit to each each Department. In addition, Internal Audit has also submitted the 2022 Internal Audit Annual Plan which was approved by the Audit Committee at the Audit Committee Meeting on 29 November 2021.*

## Sistem Pengendalian Risiko

### Risk Control System

#### Manajemen Risiko

Perusahaan memandang bahwa suatu bentuk komitmen harus dibentuk oleh Direksi terkait dengan penerapan manajemen risiko. Selain dari itu, penerapan ini juga sejalan dengan suatu bentuk penerapan tata kelola perusahaan yang baik sebagai bagian dari budaya Perusahaan.

Komitmen penerapan ini juga merupakan bentuk kepatuhan Perusahaan terhadap Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 44/POJK.05/2020 tentang Penerapan Manajemen Risiko bagi Lembaga Jasa Keuangan Non-Bank serta Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan No. 8/SEOJK.05/2021 tentang Penerapan Manajemen Risiko bagi Perusahaan Asuransi.

#### Kerangka kerja Manajemen Risiko

Secara keseluruhan, kerangka Manajemen Risiko mengacu pada dan sejalan dengan ruang lingkup manajemen risiko yang ditetapkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang meliputi:

1. Pengawasan Aktif Direksi dan Dewan Komisaris
2. Kebijakan, Prosedur, Strategi dan Penetapan Limit
3. Kecukupan Proses Identifikasi, Pengukuran/Penilaian, Pemantauan, dan Pengendalian Risiko
4. Sistem Informasi Manajemen Risiko
5. Sistem Pengendalian Intern yang Menyeluruh

#### Budaya Risiko

Hanwha Life Indonesia menerapkan manajemen risiko sebagai bagian integral dari budaya dan proses pengambilan keputusan Perusahaan. Hal ini didasarkan pada pandangan bahwa budaya manajemen risiko yang kuat menjadi landasan utama dan fundamental bagi keberhasilan Perusahaan.

Budaya manajemen risiko diartikan sebagai kesadaran, pemahaman umum, sikap, dan perilaku seluruh karyawan terhadap risiko. Budaya risiko yang kuat mendorong pengambilan keputusan yang baik, memperkuat manajemen risiko secara efektif, dan memastikan aktivitas pengambilan risiko yang berlebihan telah dinilai, ditingkatkan, dan ditangani secara tepat waktu.

Budaya manajemen risiko di Perusahaan ditanamkan melalui pengadopsian filosofi three lines of defense, yaitu mengatur poin-poin pengambilan risiko untuk memastikan akuntabilitas risiko yang jelas di seluruh organisasi dan Unit Kerja Manajemen Risiko sebagai second line of defense pada Perusahaan.

#### Risk Management

*As part of the culture awareness in implementing the good corporate governance practices, the Company has commitment through the Board of Directors that the corporate governance implementation should reflect the risk management culture and its awareness.*

*The commitment itself is the implementation of our compliance to Financial Service Authority Regulation No. 44/POJK.05/2020 concerning Risk Management Implementation for Non-Bank Financial Service Institutions and Financial Service Authority Circular Letter No. 8/SEOJK.05/2021 concerning Implementation of Risk Management for Insurance Company.*

#### Framework of Risk Management

*Overall, the Risk Management framework refers to and aligns with the scope of risk management stipulated by the Financial Services Authority (OJK) which includes:*

1. Active oversight by the Board of Commissioners and Board of Directors
2. Adequacy risk management policy and procedures as well as risk limit setting
3. Adequacy of risk identification, measuring, monitoring, and control processes
4. Risk management information system
5. Comprehensive internal control system

#### Risk Culture

*Hanwha Life Indonesia embraces risk management as an integral part of the Company's culture and decision-making process. This is based on the view that strong risk management culture serves as the main and fundamental foundation for the Company's success.*

*The risk management culture is defined as the awareness, general understanding, attitudes, and behavior of all employees towards risk. Strong risk culture encourages a good decision, strengthens risk management effectively, and ensures excessive risk taken activity has been assessed, escalated, and handled in a timely manner.*

*The risk management culture in the Company is embedded through the adoption of the three lines of defense philosophy, which manages risk-taking points to ensure clear risk accountability in all organizations and the Risk Management Work Unit as a second-line defense in the Company.*



Penguatan budaya manajemen risiko, melalui:  
Penguatan budaya risiko dengan meningkatkan risk awareness melalui rangkaian risk culture awareness secara berkala.

**Tiga Lini Pertahanan**

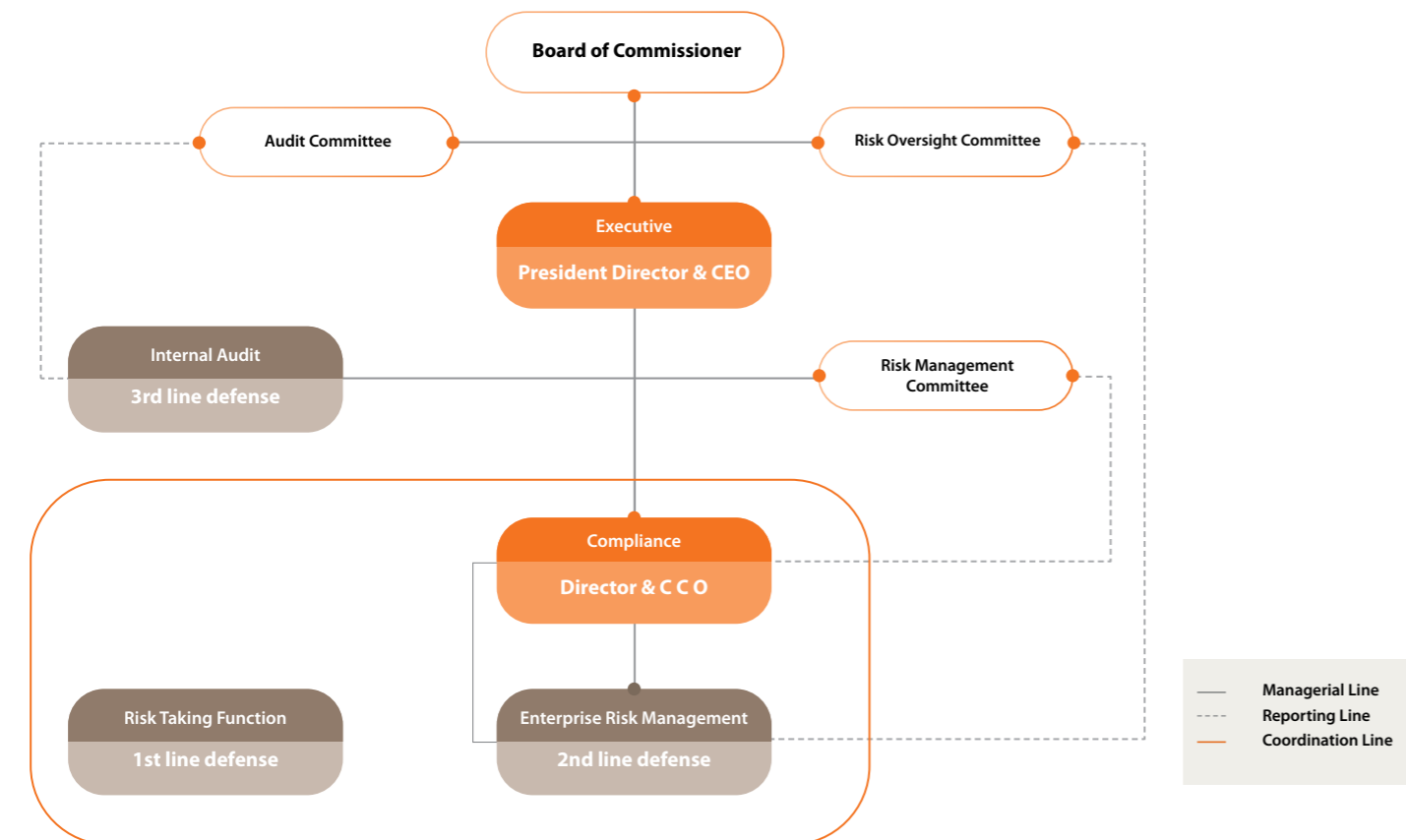
Proses manajemen risiko pada Perusahaan melibatkan seluruh jajaran di organisasi mulai dari Direksi sampai seluruh karyawan pada Perusahaan yang sejalan dengan konsep tiga lini pertahanan.

Penerapan Manajemen Risiko dengan prinsip 3 (tiga) jenjang pertahanan dalam Perusahaan dalam rangka mengelola Risiko (3 lines of defense), yaitu:

- a. Jenjang pertama (1st lines of defense), yaitu fungsi bisnis dan operasional (risk-taking function);
- b. Jenjang Kedua (2nd lines of defense), yaitu fungsi Manajemen Risiko (risk management function); dan
- c. Jenjang Ketiga (3rd lines of defense), yaitu fungsi pengendalian internal yang dilaksanakan oleh fungsi audit internal (internal audit function).

**Struktur Organisasi Manajemen Risiko**

Proses manajemen risiko dilakukan oleh Unit Manajemen Risiko yang bersifat independen terhadap unit bisnis. Unit Manajemen Risiko bertanggung jawab menyusun proses manajemen risiko yang komprehensif untuk mengidentifikasi, mengukur, memantau dan mengendalikan risiko, serta menyampaikan laporan penilaian tingkat kesehatan.



*Strengthening risk management culture, through:  
Strengthening risk culture by increasing risk awareness through series of risk culture awareness periodically.*

**Three Lines of Defense**

*Company's implements a risk management process that involves all levels in the organization from the Board of Directors to all employees in a Company's accordance with three lines of defense concept.*

*Implementation of Risk Management with the principle of 3 (three) levels of defense within the Company in the context of risk (3 lines of defense), as follows:*

- a. *The first level (1st lines of defense), specifically business and operational functions (risk-taking function);*
- b. *The Second Level (2nd lines of defense), specifically the Risk Management function (risk management function); and*
- c. *The Third Level (3rd lines of defense). The internal control function is carried out by the internal audit function.*

**Organizational Structure of Risk Management**

*The risk management process is conducted by Risk Management Unit that is independent to the business unit. Risk Management Unit is responsible for preparing a comprehensive risk management process to identify, measure, monitor and control risks, as well as to deliver reports on the soundness level assessment report.*

# Budaya Perusahaan

## Corporate Culture



Budaya Perusahaan merupakan identitas Perusahaan, dimana culture dapat membentuk atmosfer yang ada di Perusahaan dan menjadi petunjuk bagaimana karyawan harus berperilaku ketika bekerja. Secara singkat, Budaya Perusahaan adalah gabungan antara nilai, kode etik, visi, misi, hingga tujuan yang ingin dicapai Perusahaan.

Pada rangkaian acara ulang tahun Perusahaan yang ke-9, Perusahaan memperkenalkan budaya perusahaan yang baru melalui Reshaping the Culture yang berlandaskan pada H-Standard.

**H (Hanwha)-Standard** adalah pedoman dan standar perilaku bagi karyawan untuk selalu mematuhi semua peraturan yang berlaku dan melakukan semua pekerjaannya secara profesional berdasarkan Nilai-nilai Inti Perusahaan, yaitu Dedikasi, Kolaborasi, dan Integritas, dalam hubungan dengan sesama karyawan, pelanggan, mitra bisnis, serta masyarakat pada umumnya

Untuk memastikan pemahaman karyawan terhadap H- Standard, Perusahaan juga menyelenggarakan online self-learning pada 17 – 21 November 2022 dimana 92% karyawan telah mengikuti online self-learning tersebut.

Manajemen juga berkomitmen untuk terus memberikan bimbingan, menjadi panutan dan membangun komunikasi kepada seluruh karyawan untuk memastikan H-Standard tidak hanya tercermin dalam Pedoman/ Prosedur kami; tetapi juga diimplementasikan dengan baik dalam aktivitas bisnis sehari-hari.

Budaya Risiko juga merupakan bagian yang tak terpisahkan dari Budaya Perusahaan. Budaya Risiko adalah perilaku setiap individu dalam Perusahaan yang berinteraksi dan persepsi terhadap segala sesuatu yang berkaitan dengan risiko dimana hal tersebut akan mencerminkan setiap keputusan yang diambil dalam Perusahaan.

Di Hanwha Life Indonesia, budaya risiko sangat berkaitan erat dengan Hanwha Core Values, yaitu Challenge, Dedication, Integrity. Pada tahun 2022, Perusahaan menyelenggarakan Risk Culture Awareness Week untuk memberikan pemahaman bagi karyawan tentang pentingnya membangun budaya risiko di setiap lapisan organ Perusahaan.

*Corporate Culture is the identity of the Company, where culture can shape the atmosphere in the Company and become a guide for employees working behaviour. In short, Corporate Culture is a combination of values, code of ethics, vision, mission, and goals to be achieved by the Company.*

*In the series of the Company's 9th anniversary events, the Company introduced a new corporate culture through Reshaping the Culture which is absorb from the H-Standard.*

*The H (Hanwha)-Standard is a guidance and standard of behaviour for employees to always comply with all applicable regulations and perform all their work professionally based on the Company's Core Values, namely Dedication, Collaboration, and Integrity, in relation to fellow employees, customers, business partners, as well as public in general.*

*To ensure employees understanding towards H-Standard, Company also conducted online self-learning on 17 – 21 November 2022 whereby 92% of employees has participated in the said training.*

*Top level management also committed to continuously provide guidance, be a role model and build communication to all employees to ensure the H-Standard is not only reflected in our Guideline/Procedures; but also properly implemented in daily f business activities.*

*Risk culture is also an integral part of corporate culture. Risk culture is the behavior of everyone within an organization with whom they interact, reflecting all decisions made within the organization, and all perceptions related to risk.*

*Hanwha Life Indonesia's risk culture is closely tied to Hanwha's core values, i.e., challenge, dedication, and integrity. In 2022, Company conducted a Risk Culture Awareness Week to educate employees on the importance of building a risk culture across all levels within the organization.*



Risk Culture Awareness Week 2022 dikemas dalam penyampaian materi Budaya Risiko dengan konsep Tone at the Top yang dibawakan oleh Direktur Kepatuhan dan dilanjutkan dengan online test untuk mengukur pemahaman para peserta.

The 2022 Risk Culture Awareness Week is packaged with Risk Culture material with the concept of Tone at the Top delivered by the Compliance Director and included with an online test to measure participants' understanding of the materials.



## CoreValues



### Challenge

We believe in challenging the status quo in the pursuit of excellence through change and innovation.

**Professionalism**

Maintain professionalism at all times

**Creativity and Openness**

Keep an open mind and be creative

**Challenging Goals**

Set Challenging goals to achieve



### Dedication

We are dedicated to our company, customers, and one another to achieve a greater goal.

**Company**

Align to the company's common goal

**Customer**

Be customer-centric

**Colleagues**

Collaborate with your colleagues



### Integrity

We believe in acting with integrity in everything we do, as individuals and employees.

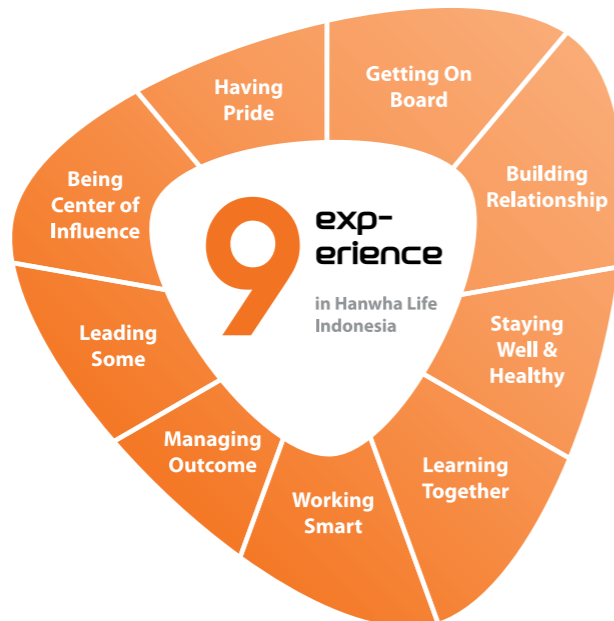
**Adherence to principles**

Be honest with yourself and to those around you

**Fair Evaluation**

Commit to greater work, a greater cause; Treat everyone fairly and with respect.

## 9 Experience



**A**dd Value

**B**uild Dream

**C**lead Culture

# DECLARATION OF COMMITMENT H-STANDARD IMPLEMENTATION

CATEGORY	DETAILED ACTION POINTS
<b>Myself</b> Good faith and dignity	As proud members of Hanwha, we will act with dignity and act in good faith to fulfil all of our responsibilities.
Fair and transparent work ethics	We will work in a fair and transparent manner in accordance with the applicable laws and common-sense principles, and not accept or seek any money or other valuables in connection with the performance of our duties.
<b>Company</b> Treating colleagues with consideration and respect	We will accept and recognize the diversity of opinions and personalities of all of our colleagues, and we will not sexually harass our colleagues or abuse them verbally or physically, and will not otherwise treat them with disrespect or give inappropriate work orders or directives.
Healthy and safe work environment	To ensure safety for us all, we will comply with all health and safety policies, and strive to create a healthy and vibrant work environment for all.
Protection of Company assets and information	We will use the Company's expenses and all of its assets efficiently and appropriately for legitimate business purposes, and we will protect all of the Company's trade secrets and other confidential or proprietary information.
Harmony with the Company	We will not pursue any illegitimate private interests and we will take caution to not allow any conflict of interests that may arise as a result of our private interests to interfere with the interests of the Company.
<b>Society</b> Respect for Customers	We will respect the diversity of opinions of our customers, and will strive to ensure their trust and satisfaction to the best of our abilities.
Shared growth with Business Partners	We will try to ensure mutual best interests with our business partners by acting in accordance with the principle of shared growth and fair trade.
Respect for Social Values	We will pursue the universal values of our society and earn social trust by respecting the social norms and our promises to the society.
Compliance with Global Standards	We will act in a manner that complies the global standards and respect the various cultures and values of local communities abroad.

November 11, 2022  
PT Hanwha Life Insurance Indonesia

We will continuously provide guidance, be a role model and build communication to all employees to ensure the H-Standard is not only reflected in our Guideline/Procedures; but also properly implemented in our daily behaviour of business activities.

**Board of Directors & Chiefs,**

  
 Namkoong Hoon  
 President Director

  
 RR Francisca M. Ruswita  
 Director

  
 Kim Si Jun  
 Director

  
 Alexander F. Widjanarko  
 Director

  
 Han Changwoo  
 Chief Marketing Strategy Officer

We will maintain good collaboration amongst departments, avoid silo and build solid communication with Company's management. We are aiming to create sustainable business to achieve Company's vision and mission with integrity.

**Employee Representatives,**

  
 Uumbu Prabawa

  
 Robertus Deddy Gunawan







**Tanggung Jawab Sosial Perusahaan**  
*Corporate Social Responsibility*





# Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Corporate Social Responsibility



## Launching PUSPA 2022

Launching of PUSPA 2022

Setelah pembangunan rampung di Maret 2022, Pusat Pelayanan Keluarga (PUSPA) yang berlokasi di kantor Dinas PPAPP DKI Jakarta, Cempaka Putih, Jakarta Pusat sudah dapat beroperasi di Q1 2022 dan diresmikan oleh Gubernur DKI Jakarta, Anies Baswedan pada acara Jakarta Menyapa pada Juli 2022.

Fokus untuk membantu keluarga terutama Wanita dan Anak-anak, PUSPA dilengkapi dengan teknologi digital yang ramah anak, keluarga dan juga ramah difabel melalui area seluas 262 meter persegi, beberapa fasilitas yang ada di PUSPA misalnya command center, studio produksi konten digital & podcast, coworking space, tempat bermain anak dan ruang konseling keluarga. Masyarakat dapat menggunakannya dengan mengunjungi PUSPA.

After construction was completed in March 2022, the Family Service Center (PUSPA) located at the DKI Jakarta PPAPP Office, Cempaka Putih, Central Jakarta was officially operating in Q1 2022 and was inaugurated by the Governor of DKI Jakarta, Anies Baswedan at the Jakarta Menyapa event on July 2022.

Focusing on helping families, especially women and children, PUSPA is equipped with digital technology that is kids-friendly, family-friendly and also disabled-friendly through an area of 262 square meters, several existing facilities at PUSPA such as a command center, digital & podcast content production studio, coworking space, children's playground and family counselling room. The public can use it by visiting PUSPA.



## Hadiahkan Cinta ke Anak RPTRA

Gift Love to RPTRA Children

Komitmen Hanwha Life Indonesia dalam memberikan kontribusi terhadap peningkatan Literasi Keuangan, dilakukan kepada masyarakat dan anak sekitar RPTRA dengan mengadakan kegiatan Launching buku dan video Animasi "Aku Paham Asuransi" di bulan Agustus 2022.

Selain memberikan edukasi literasi keuangan melalui sarana digital agar lebih mudah dipahami, Kegiatan ini menjadi aksi berkelanjutan yang melibatkan Hanwha Buddy dengan mengajak masyarakat sekitar untuk memahami pentingnya memiliki asuransi dan cara mengatur keuangan dengan baik.

Hanwha Life Indonesia's commitment to contributing to increasing Financial Literacy is carried out for the community and children around the RPTRA by holding a book launching activity and the Animation video "I Understand Insurance" in August 2022.

Apart from providing financial literacy education through digital means to make it easier to understand, this activity is an ongoing action involving Hanwha Buddy by inviting the surrounding community to understand the importance of having insurance and how to manage finances properly.

# Lokasi Kantor

Office Location



## Alamat Kantor Pusat Head Office Address

World Trade Center 1, 12th Floor  
Jl. Jend. Sudirman Kav. 29, Jakarta 12920  
Tel : 021 - 5081 6100 / 0800 111 8877 (Toll Free)  
Fax : 021 - 5081 6111

## Kantor Pemasaran Sales Office

### Jakarta

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

### Bandung

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

### Bekasi

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

### Bogor

Ruko J  
Jl. Pajajaran No. 84  
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 - 860 41992  
024 - 864 05946  
Fax : 024 - 864 05371

### Surabaya

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

### 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

### 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

## Kantor Pemasaran Mandiri General / Independent Agency Office

### Jakarta

#### Premier

World Trade Center 1, 12th Floor  
Jl. Jend. Sudirman Kav. 29, Jakarta 12920  
Tel : 021 - 508 16100 | Ext. 5213  
Fax : 021 - 508 16111

#### Miracle

Ruko Golf Lake Venice Blok B No. 21  
Kelurahan Cengkareng Timur, Kecamatan  
Cengkareng,  
Jakarta Barat

#### Mercy Prior

Ruko Cordoba Blok D-12, Pantai Indah Kapuk  
Jl. Marina Raya, Kelurahan Kamal Muara, Kecamatan  
Penjaringan, Kota Administrasi Jakarta Utara 14770

#### Tangerang

#### Spirit of Hope

Ruko North Solvang No. 29 Gading Serpong  
Kel. Kelapa Dua, Kec. Kelapa Dua, Kab. Tangerang

#### Solo

#### Abundance

Ruko Supomo Blok E  
Jl. Dr. Soepomo No. 25, Mangkubumen,  
Banjarsari, Surakarta 57141

#### DPC

Jl. Menteri Supeno Nomor 6,  
Kelurahan Manahan, Kecamatan Banjarsari,  
Kota Surakarta

#### Semarang

#### Pioneer

Ruko Thamrin Square Blok A-7  
Jl. M.H. Thamrin no. 5 Kel. Sekayu Kec. Semarang  
Tengah 50134

#### Tuban

#### Mercy Nusantara

Jl. Tembus Ruko Baru Gedongombo No. 16  
Kelurahan Gedongombo, Kecamatan Semanding,  
Kabupaten Tuban

### Bali

#### Premier

Pertokoan Griya Alamanda, 2nd Floor  
Jl. Cok Agung Tresna No. 9 Dauh Puri Klod  
Denpasar, Bali 80231

### Surabaya

#### Taeyang

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

#### Mercy Tiger

San Antonio Blok N1 No. 52 Pakuwon City,  
Kel. Kalisari, Kec. Mulyorejo, Surabaya Timur,  
Surabaya

### Makassar

#### Makassar Premier One

Ruko Metro Square Latimojong Blok G.24  
Kel. Lariangbangi, Kec. Makassar  
Makassar

#### Mercy Future One

Ruko Rolling Hills Type Soho No. 7  
Jl. Metro Tanjung Bunga  
Kelurahan Maccini Sombala Kecamatan Tamalate  
Makassar

### Medan

#### Champion

Sutomo Tower Lantai 6 Unit 6-D Jl. Sutomo Ujung No.  
28-D, Kelurahan Durian, Kecamatan Medan Timur,  
Kota Medan,  
Sumatera Utara 20235

#### Infinite

Gedung Graha Harmoni Lantai 1  
Jl. Gaharu Nomor 2-B Lingkungan VIII,  
Kelurahan Gaharu, Kecamatan Medan Timur,  
Kota Medan



## Pernyataan Tanggung Jawab

### Statement of Responsibility

Laporan Tahunan Tahun Buku 2022 dan informasi lain yang terkait merupakan tanggung jawab penuh manajemen PT Hanwha Life Insurance Indonesia ("Hanwha Life Indonesia") serta dijamin kebenarannya oleh seluruh anggota Direksi & Dewan Komisaris dengan membubuhkan tanda tangannya masing-masing di bawah ini.

Semua informasi yang disajikan dalam laporan tahunan oleh Hanwha Life Indonesia untuk tahun 2022 telah dimuat secara lengkap dan benar serta tidak menghilangkan informasi atau data material.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan data sebenarnya.

*Annual Report fiscal year 2022 and other relevant information are the sole responsibility of management of PT Hanwha Life Insurance Indonesia ("Hanwha Life Indonesia") and its truth is guaranteed by all members of the Board of Directors & Board of Commissioners by provides each respective sign as below.*

*All information presented in the annual report by Hanwha Life Indonesia for the year 2022 have been fully and properly and do not omit material information or data.*

*This statement was made with actual data.*

Jakarta, Juni 2023

Jakarta, June 2023



**AMRAN NANGASAN**

Komisaris Independen  
Independent Commissioner



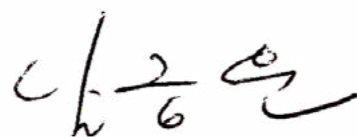
**KIM JUN IL**

Komisaris Utama  
President Commissioner



**MUHAMAD ICHSAN**

Komisaris Independen  
Independent Commissioner



**NAMKOONG HOON**

Direktur Utama  
President Director



**KIM SI JUN**

Direktur  
Director



**RR FRANCISCA M RUSWITA**

Direktur  
Director



**ALEXANDER FEBRIANO WIDJANARKO**

Direktur  
Director

**HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN**

*This page is intentionally left blank*

**LAPORAN POSISI KEUANGAN**

(dalam jutaan rupiah)

ASET	2022	2021	LIABILITAS DAN EKUITAS	2022	2021
<b>I. INVESTASI</b>			<b>I. UTANG</b>		
1 Deposito Berjangka	694.439,44	489.551,01	1 Utang Klaim	10.688,88	8.931,61
2 Sertifikat Deposito	-	-	2 Utang Kosuasansi	-	-
3 Saham	45.010,84	-	3 Utang Reasuransi	1.557,83	2.749,17
4 Obligasi Korporasi	1.512,58	8.325,63	4 Utang Komisi	6.234,76	5.697,85
5 MTN	-	-	5 Utang Pajak	1.766,19	865,06
6 Surat Berharga yang Diberikan oleh Negara RI	429.634,45	934.622,03	6 Biaya yang Masih Harus Dibayar	44.102,00	16.380,18
7 Surat Berharga yang Diberikan oleh Negara Selain Negara RI	-	-	7 Utang Lain	50.758,11	35.833,87
8 Surat Berharga yang Diberikan oleh Bank Indonesia	-	-	<b>8 Jumlah Utang (1 s/d 7)</b>	<b>115.107,77</b>	<b>70.457,74</b>
9 Surat Berharga yang Diberikan oleh Lembaga Multinasional	-	-	<b>II. CADANGAN TEKNIS</b>		
10 Reksa Dana	485.172,95	480.920,36	9 Cadangan Premi	120.204,09	80.318,23
11 Efek Beragun Aset	-	-	10 Cadangan Atas Premi Yang Belum Merupakan Pendapatan	15.471,52	10.580,34
12 Dana Investasi Real Estat	-	-	11 Cadangan Klaim	5.514,41	4.288,33
13 REPO	-	-	12 Cadangan atas Risiko Bencana (Catastrophic)	342,00	342,00
14 Penyertaan Langsung	-	-	13 Jumlah Cadangan Teknis (9 s/d 12)	<b>141.532,02</b>	<b>95.528,89</b>
15 Tanah, Bangunan dengan Hak Strata, atau Tanah dengan Bangunan, untuk Investasi	885,03	995,66	14 Jumlah Liabilitas (8 + 13)	<b>256.639,78</b>	<b>165.986,63</b>
16 Pembiayaan Melalui Kejasama dengan Pihak Lain (Executing)	-	-	15 Pinjaman Subordinasi	-	-
17 Emas Murni	-	-	<b>III. EKUITAS</b>		
18 Pinjaman yang Dijamin dengan Hak Tanggungan	-	-	16 Modal Distort	2.180.000,00	2.180.000,00
19 Pinjaman Polis	47,07	7,20	17 Agio Saham	96,68	96,68
20 Investasi Lain	12.595,55	4.000,00	18 Saldo Laba	(373.496,01)	(307.967,66)
21 Jumlah Investasi (1 s/d 20)	<b>1.669.297,91</b>	<b>1.918.421,89</b>	19 Komponen Ekuitas Lainnya	-	-
<b>II. BUKAN INVESTASI</b>			20 Jumlah Ekuitas (16 s/d 19)	<b>1.806.600,66</b>	<b>1.872.139,02</b>
22 Kas dan Bank	279.935,82	22.243,78	21 Jumlah Liabilitas dan Ekuitas (14 + 15 + 20)	<b>2.063.240,46</b>	<b>2.038.125,65</b>
23 Tagihan Premi Penutupan Langsung	9.420,61	6.948,65			
24 Tagihan Premi Reasuransi	-	-			
25 Aset Reasuransi	3.568,47	5.768,21			
26 Tagihan Klaim Kosuasansi	-	-			
27 Tagihan Klaim Reasuransi	6.129,79	5.806,05			
28 Tagihan Investasi	-	-			
29 Tagihan Hasil Investasi	10.016,08	19.303,07			
30 Bangunan dengan Hak Strata atau Tanah dengan Bangunan untuk Dipakai Sendiri	5.846,82	6.577,49			
31 Biaya Akuisisi yang Ditangguhkan	-	-			
32 Aset Tetap Lain	6.414,28	5.795,42			
33 Aset Lain	72.610,68	47.261,09			
34 Jumlah Bukan Investasi (22 s/d 33)	<b>393.942,55</b>	<b>119.703,75</b>			
35 Jumlah Aset (21 + 34)	<b>2.063.240,46</b>	<b>2.038.125,65</b>			

**LAPORAN LABA RUGI & PENGHASILAN KOMPREHENSIF LAIN**

(dalam jutaan rupiah)

URAIAN	2022	2021
<b>1 PENDAPATAN</b>		
1 Pendapatan Premi	111.629,27	103.936,74
2 Premi Reasuransi	6.982,02	4.046,90
3 Penurunan (Kenaikan) CAPYBMP (7.130,70)	(7.130,70)	(3.957,28)
<b>4 Jumlah Pendapatan Premi Neto</b>	<b>97.516,55</b>	<b>95.932,56</b>
5 Hasil Investasi	111.451,06	121.427,30
7 Imbalan Jasa DPLK / Jasa Manajemen Lainnya	-	-
8 Pendapatan Lain	6.890,16	6.404,27
<b>9 Jumlah Pendapatan</b>	<b>215.858,58</b>	<b>223.764,13</b>
<b>10 BEBAN</b>		
11 Klaim dan Manfaat		
a. Klaim dan Manfaat Dibayar	30.457,87	58.907,30
b. Klaim Penubuhan Unit	5.565,07	5.928,62
c. Klaim Reasuransi	9.533,86	6.173,34
d. Kenaikan (Penurunan) Cadangan Premi	34.717,51	(30.022,92)
e. Kenaikan (Penurunan) Cadangan Klaim	792,49	(456,07)
f. Kenaikan (Penurunan) Cadangan atas Risiko Bencana (Catastrophic)	-	-
<b>12 Jumlah Beban Klaim dan Manfaat</b>	<b>61.999,06</b>	<b>28.183,79</b>
<b>13 Biaya Akuisisi</b>		
a. Beban Komisi - Tahun Pertama	7.544,74	12.807,42
b. Beban Komisi - Tahun Lanjutan	962,54	1.108,76
c. Beban Komisi - Overdring	3.977,36	9.882,18
d. Beban Lainnya	27.515,25	36.200,08
<b>14 Jumlah Biaya Akuisisi</b>	<b>39.999,90</b>	<b>59.798,43</b>
<b>15 Jumlah Beban Asuransi</b>	<b>101.998,96</b>	<b>87.982,22</b>
<b>16 Beban Usaha</b>		
a. Beban Pemesanan	5.601,60	3.654,81
b. Beban Umum & Administrasi		
- Beban Pegawai dan Pengurus	67.514,02	55.463,96
- Beban Pendidikan dan Pelatihan	1.600,36	404,71
- Beban Umum dan Administrasi Lainnya	74.520,83	47.880,65
c. Beban Manajemen	-	-
d. Beban Mortalitas	-	-
e. Beban (Hasil) Usaha Lainnya	11.562,61	8.840,98
<b>17 Jumlah Beban Usaha</b>	<b>160.799,41</b>	<b>116.245,11</b>
<b>18 Jumlah Beban</b>	<b>262.798,37</b>	<b>204.227,32</b>
19 Kenaikan (Penurunan) Nilai Aset	5.562,17	5.687,68
20 Laba (Rugi) Sebelum Pajak	(52.501,97)	13.849,13
21 Pajak Penghasilan	-	-
22 Laba (Rugi) Setelah Pajak	(52.501,97)	13.849,13
23 Pendapatan Komprehensif Lain	(13.036,38)	(3.525,62)
<b>24 Total Laba (Rugi) Komprehensif</b>	<b>(65.538,34)</b>	<b>10.323,50</b>

**INDIKATOR KESEHATAN KEUANGAN**

(dalam jutaan rupiah)

KETERANGAN	2022	2021
<b>PEMENUHAN TINGKAT SOLVABILITAS</b>		
<b>A. Tingkat Solvabilitas</b>		
a. Aset Yang Diperkenankan	1.837.559,02	1.931.499,61
b. Liabilitas (kecuali Pinjaman Subordinasi)	207.715,06	121.718,58
c. Jumlah Tingkat Solvabilitas	1.629.843,96	1.809.781,04
<b>B. Modal Minimum Berbasis Risiko (MMBR)</b>		
a. Risiko Kredit	18.822,77	19.539,69
b. Risiko Likuiditas	68,64	55,07
c. Risiko Pasar	6.453,19	3.326,27
d. Risiko Asuransi	5.797,17	3.277,96
e. Risiko Operasional	1.471,52	1.079,05
f. Jumlah MMBR	32.613,28	27.272,04
<b>C. Kelebihan (Kekurangan) Tingkat Solvabilitas</b>	<b>1.597.230,68</b>	<b>1.782.569,00</b>
<b>D. Rasio Pencapaian (%)*</b>	<b>4997,49%</b>	<b>6636,03%</b>
<b>RASIO SELAIN TINGKAT SOLVABILITAS</b>		
a. Rasio Kecukupan Investasi (%)	1722,54%	3113,03%
b. Rasio Likuiditas (%)	1207,73%	1404,43%
c. Rasio Perimbangan Hasil Investasi dengan Pendapatan Premi Neto (%)	106,50%	121,56%
d. Rasio Beban (Klaim, Usaha, dan Komisi) terhadap Pendapatan Premi Neto (%)	217,19%	234,97%

**Keterangan :**

\*) Sesuai dengan ketentuan Pasal 3 ayat (1), ayat (2), dan ayat (3) Peraturan Otoritas Jasa Keuangan nomor 7/IO/PJK/05/2016 tentang Kesehatan Keuangan Perusahaan Asuransi dan Perusahaan Reasuransi, rasio pencapaian tingkat solvabilitas sekurang-kurangnya adalah 100% dengan target internal paling rendah 120% dari MMBR

a. Informasi Keuangan di atas dikutip dari laporan keuangan konsolidasian untuk tahun yang berakhir pada tanggal 31 Desember 2022 yang telah diaudit oleh KAP Suharti, Sugiharto & Rekan (member of ShineWing International), dengan opini wajar tanpa pengecualian"

b. Angka (nilai) yang disajikan pada Laporan Posisi Keuangan dan Laporan Laba Rugi dan Penghasilan Komprehensif Lain berdasarkan SAK

c. Kurs pada tanggal 31 Desember 2022, 1 US \$ : Rp. 15.731  
Kurs pada tanggal 31 Desember 2021, 1 US \$ : Rp. 14.269

**DEWAN KOMISARIS DAN DIREKSI**

<b>DEWAN KOMISARIS</b>	
KOMISARIS UTAMA	: Kim Jun IL
KOMISARIS INDEPENDEN	: H. Anran Nangasan
KOMISARIS INDEPENDEN	: Muhamad Ichsah
<b>DIREKSI</b>	
DIREKTUR UTAMA	: Namkoong Hoon
DIREKTUR	: Kim Si Jun
DIREKTUR	: RR Francisca M. Ruswita
DIREKTUR	: Alexander Febriano Widjanarko

**PEMILIK PERUSAHAAN**

1. Hanwha Life Insurance Co. Ltd	99,61%
2. PT Wanteg Selaras Alam	0,39%

Laporan keuangan tersebut termasuk aset, liabilitas, dan akun laba rugi dari produk asuransi yang dikalikan dengan investasi, dengan peninjauan sbk:

ASET	2022	2021
ASET		
a. Investasi	51.127,06	48.164,29
b. Bukan Investasi	40,16	-
<b>Jumlah Aset</b>	<b>51.167,22</b>	<b>48.164,29</b>
LIABILITAS		
a. Utang	-	2.559,24
b. Cadangan Teknis	51.167,22	45.605,05
<b>Jumlah Liabilitas</b>	<b>51.167,22</b>	<b>48.164,29</b>
PENDAPATAN PREMI	22.197,35	37.573,06
HASIL INVESTASI	3.874,71	2.310,81
<b>KLAIM DAN MANFAAT</b>	<b>5.565,07</b>	<b>5.928,82</b>

**REASURADUR UTAMA**

NAMA REASURADUR	%
<b>Reasuransi Dalam Negeri</b>	
1. PT Maskapai Reasuransi Indonesia	87,00%
2. PT Reasuransi Nasional Indonesia	1,00%
3. PT Tugu Reasuransi Indonesia	1,00%
4. PT Reasuransi Indonesia Utama	11,00%

Jakarta, 31 Mei 2023

Direksi

**PT. Hanwha Life Insurance Indonesia**

S.E., & O

Direksi



**PT HANWHA LIFE INSURANCE INDONESIA  
DAN ENTITAS ANAK  
LAPORAN POSISI KEUANGAN KONSOLIDASIAN  
31 DESEMBER 2022  
(Disajikan dalam Rupiah, kecuali dinyatakan lain)**

**PT HANWHA LIFE INSURANCE INDONESIA  
AND ITS SUBSIDIARIES  
CONSOLIDATED STATEMENT OF FINANCIAL POSITION  
DECEMBER 31, 2022  
(Expressed in Rupiah, unless otherwise stated)**

	<u>2022</u>	<u>Catatan/ Notes</u>	<u>2021</u>	
<b>ASET</b>				<b>ASSETS</b>
Kas dan setara kas	271.409.933.929	4	17.278.798.884	Cash and cash equivalents
Piutang hasil investasi	15.602.480.202	5	24.959.381.157	Investment income receivables
Piutang asuransi				Insurance receivables
Piutang premi - neto	9.420.614.232	3,6	6.948.651.593	Premium receivables - net
Piutang reasuransi - neto	6.129.790.027	3,7	5.806.045.593	Reinsurance receivables - net
Piutang lain-lain - neto	16.223.491.318		12.352.028.249	Other receivables - net Unit-linked policyholders' assets
Aset pemegang polis unit link	51.167.217.764	3,8	45.605.046.252	
Aset reasuransi	3.568.466.970	2f,9	5.768.213.934	Reinsurance assets
Investasi				Investments
Investasi yang diukur pada biaya perolehan diamortisasi				Investments measured at amortized cost
Deposito berjangka	695.050.000.000	10a	493.151.005.000	Time deposits
Obligasi	708.251.952.793	10a	1.131.977.322.221	Bonds
Investasi lain-lain	4.000.000.000		4.000.000.000	Other investment
Investasi yang diukur pada nilai wajar melalui laba rugi				Investments measured at fair value through profit or loss
Unit penyertaan reksa dana dan dana kelolaan	82.010.620.007	10b	23.855.432.903	Unit on mutual funds and allocated fund
Obligasi	54.813.120.000	10b	56.740.692.000	Bonds
Investasi yang diukur pada nilai wajar melalui penghasilan komprehensif lain	65.674.888.200	10c	152.039.917.900	Investments measured at fair value through other comprehensive income
Biaya dibayar di muka	4.122.099.990	11	3.738.015.724	Prepaid expenses
Uang muka	20.476.145.983	12	11.833.538.587	Advances
Aset pajak tangguhan	12.262.504.826	3,20c	12.262.504.826	Deferred tax asset
Aset tetap - neto	12.261.103.540	3,13	14.100.643.251	Property and equipment - net
Properti investasi - neto	885.034.970	3,14	995.664.350	Investment property - net
Aset hak-guna	22.525.410.039	3,15	9.004.113.156	Right-of-use assets
Piranti lunak - neto	2.787.715.394	3,16	1.231.055.016	Software - net
Aset lain-lain	4.758.547.703	17	4.477.578.589	Other assets
<b>JUMLAH ASET</b>	<b><u>2.063.401.137.887</u></b>		<b><u>2.038.125.649.185</u></b>	<b>TOTAL ASSETS</b>

Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari Laporan Keuangan Konsolidasian secara keseluruhan

Notes to the Consolidated Financial Statements are an integral part of the Consolidated Financial Statements taken as a whole

**PT HANWHA LIFE INSURANCE INDONESIA  
DAN ENTITAS ANAK  
LAPORAN POSISI KEUANGAN KONSOLIDASIAN  
31 DESEMBER 2022  
(Disajikan dalam Rupiah, kecuali dinyatakan lain)**

**PT HANWHA LIFE INSURANCE INDONESIA  
AND ITS SUBSIDIARIES  
CONSOLIDATED STATEMENT OF FINANCIAL POSITION  
DECEMBER 31, 2022  
(Expressed in Rupiah, unless otherwise stated)**

	<u>2022</u>	Catatan/ Notes	<u>2021</u>	
<b>LIABILITAS DAN EKUITAS</b>				<b>LIABILITIES AND EQUITY</b>
<b>LIABILITAS</b>				<b>LIABILITIES</b>
Utang asuransi				<i>Insurance payables</i>
Utang klaim dan manfaat	10.688.881.589	18	8.931.608.411	<i>Claims and benefits payables</i>
Utang reasuransi	1.557.825.115	7	2.749.170.209	<i>Reinsurance payables</i>
Utang komisi	6.234.756.497	19	5.697.850.548	<i>Commission payables</i>
Utang pajak	1.766.822.396	3,20a	865.839.064	<i>Taxes payables</i>
Biaya masih harus dibayar	44.232.098.660	21	16.380.175.887	<i>Accrued expenses</i>
Utang lain-lain	17.464.162.383	22	16.026.728.642	<i>Other payables</i>
Liabilitas sewa	18.948.325.669	15	7.433.319.510	<i>Lease liabilities</i>
				<i>Post-employment benefits liabilities</i>
Liabilitas imbalan pascakerja	14.375.571.373	3,23	12.373.042.851	<i>Unit-linked policyholders' liabilities</i>
Liabilitas pemegang polis unit link	51.167.217.764	3,8	45.605.046.252	<i>Insurance contract liabilities</i>
Liabilitas kontrak asuransi	90.364.799.228	3,24	49.923.847.653	
<b>JUMLAH LIABILITAS</b>	<b><u>256.800.460.674</u></b>		<b><u>165.986.629.027</u></b>	<b>TOTAL LIABILITIES</b>
<b>EKUITAS</b>				<b>EQUITY</b>
<b>Ekuitas yang dapat diatribusikan kepada pemilik entitas induk</b>				<b>Equity attributable to owners of the parent entity</b>
Modal saham - nilai nominal				<i>Share capital - par value</i>
Rp 1.000.000 per saham				<i>Rp 1,000,000 per share</i>
Modal dasar - 4.000.000 saham				<i>Authorized - 4,000,000 shares</i>
Modal ditempatkan dan disetor penuh - 2.180.000 saham	2.180.000.000.000	25	2.180.000.000.000	<i>Issued and fully paid - 2,180,000 shares</i>
Tambahan modal disetor	96.683.784	26	96.683.784	<i>Additional paid-in capital</i>
Komponen ekuitas lainnya	6.777.851.448		18.948.709.660	<i>Other equity component</i>
Defisit	( 380.273.858.019)		( 326.906.373.286)	<i>Deficit</i>
<b>JUMLAH EKUITAS</b>	<b><u>1.806.600.677.213</u></b>		<b><u>1.872.139.020.158</u></b>	<b>TOTAL EQUITY</b>
<b>JUMLAH LIABILITAS DAN EKUITAS</b>	<b><u>2.063.401.137.887</u></b>		<b><u>2.038.125.649.185</u></b>	<b>TOTAL LIABILITIES AND EQUITY</b>

Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari Laporan Keuangan Konsolidasian secara keseluruhan

Notes to the Consolidated Financial Statements are an integral part of the Consolidated Financial Statements taken as a whole



**PT HANWHA LIFE INSURANCE INDONESIA  
DAN ENTITAS ANAK  
LAPORAN LABA RUGI DAN  
PENGHASILAN KOMPREHENSIF LAIN KONSOLIDASIAN  
UNTUK TAHUN YANG BERAKHIR 31 DESEMBER 2022  
(Disajikan dalam Rupiah, kecuali dinyatakan lain)**

**PT HANWHA LIFE INSURANCE INDONESIA  
AND ITS SUBSIDIARIES  
CONSOLIDATED STATEMENT OF PROFIT OR LOSS AND  
OTHER COMPREHENSIVE INCOME  
FOR THE YEAR ENDED DECEMBER 31, 2022  
(Expressed in Rupiah, unless otherwise stated)**

	<u>2022</u>	<u>Catatan/ Notes</u>	<u>2021</u>	
Premi bruto	111.629.269.198	27	103.936.737.788	Gross premium
Premi reasuransi	( 6.982.017.495)	28	( 4.046.900.731)	Reinsurance premium
Perubahan bruto premi yang belum merupakan pendapatan	( 4.891.177.857)	24	( 5.860.673.601)	Gross change in unearned premium
Bagian reasuransi atas perubahan bruto premi yang belum merupakan pendapatan	( 2.239.520.273)	9	1.903.392.180	Reinsurers' share of gross change in unearned premium
Penghasilan premi - neto	97.516.553.573		95.932.555.636	Premium income - net
Hasil investasi - neto	112.496.866.598	29	122.618.618.077	Income from investments - net
Penghasilan lain-lain - neto	2.331.927.122	30	271.031.155	Other income - net
<b>Jumlah Pendapatan</b>	<b><u>212.345.347.293</u></b>		<b><u>218.822.204.868</u></b>	<b>Total Revenues</b>
Klaim dan manfaat	36.022.940.695	31	64.836.120.236	Claims and benefits
Klaim dan manfaat reasuransi	( 9.545.136.642)	32	( 6.188.283.293)	Reinsurance claims and benefits
Perubahan bruto liabilitas manfaat polis masa depan dan estimasi liabilitas klaim	35.549.773.718	24	( 49.067.876.320)	Gross change in liabilities for future policy benefits and estimated claims liabilities
Bagian reasuransi atas perubahan bruto liabilitas manfaat polis masa depan dan estimasi liabilitas klaim	( 39.773.310)	9	18.588.881.063	Reinsurers' share of gross change in liabilities for future policy benefits and estimated claims liabilities
Penurunan liabilitas pemegang polis unit link	5.562.171.512	8	5.687.681.007	Decrease in unit-linked policyholders' liabilities
Beban akuisisi	40.511.547.172	33	60.239.050.539	Acquisition expenses
Beban usaha	156.549.249.768	34	110.418.860.531	Operating expenses
Beban lain-lain	236.540.337		458.643.642	Other expenses
<b>Jumlah Beban</b>	<b><u>264.847.313.250</u></b>		<b><u>204.973.077.405</u></b>	<b>Total Expenses</b>
<b>LABA (RUGI) SEBELUM PAJAK PENGHASILAN</b>	<b><u>( 52.501.965.957)</u></b>		<b><u>13.849.127.463</u></b>	<b>PROFIT (LOSS) BEFORE INCOME TAX</b>
Beban pajak penghasilan	-	3	-	Income tax expense
<b>LABA (RUGI) TAHUN BERJALAN</b>	<b><u>( 52.501.965.957)</u></b>		<b><u>13.849.127.463</u></b>	<b>PROFIT (LOSS) FOR THE YEAR</b>

Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari Laporan Keuangan Konsolidasian secara keseluruhan

Notes to the Consolidated Financial Statements are an integral part of the Consolidated Financial Statements taken as a whole

**PT HANWHA LIFE INSURANCE INDONESIA  
DAN ENTITAS ANAK  
LAPORAN LABA RUGI DAN  
PENGHASILAN KOMPREHENSIF LAIN KONSOLIDASIAN  
UNTUK TAHUN YANG BERAKHIR 31 DESEMBER 2022  
(Disajikan dalam Rupiah, kecuali dinyatakan lain)**

**PT HANWHA LIFE INSURANCE INDONESIA  
AND ITS SUBSIDIARIES  
CONSOLIDATED STATEMENT OF PROFIT OR LOSS AND  
OTHER COMPREHENSIVE INCOME  
FOR THE YEAR ENDED DECEMBER 31, 2022  
(Expressed in Rupiah, unless otherwise stated)**

	<u>2022</u>	<u>Catatan/ Notes</u>	<u>2021</u>	
<b>LABA (RUGI) TAHUN BERJALAN</b> (Lanjutan)	<b>( 52.501.965.957 )</b>		<b>13.849.127.463</b>	<b>PROFIT (LOSS) FOR THE YEAR</b> (Continued)
<b>PENGHASILAN KOMPREHENSIF LAIN</b>				<b>OTHER COMPREHENSIVE INCOME</b>
<b>Pos yang tidak akan direklasifikasi ke laba rugi:</b>				<b>Item that will not be reclassified to profit or loss:</b>
Pengukuran kembali liabilitas imbalan pascakerja	( 865.518.776 )	3,23	( 547.638.090 )	Remeasurement of post-employment benefits liabilities
<b>Pos yang akan direklasifikasi ke laba rugi:</b>				<b>Item that will be reclassified subsequently to profit or loss:</b>
Investasi yang diukur pada nilai wajar melalui penghasilan komprehensif lain:				Investment measured at fair value through other comprehensive income:
Rugi yang belum direalisasi atas perubahan nilai wajar	( 8.052.016.370 )	10c	( 2.977.986.085 )	Unrealized loss on changes in fair value
Penyesuaian reklasifikasi atas keuntungan yang termasuk dalam laba rugi	( 4.118.841.842 )		-	Reclassification adjustment on gain included in profit or loss
<b>JUMLAH PENGHASILAN KOMPREHENSIF LAIN</b>	<b>( 13.036.376.988 )</b>		<b>( 3.525.624.175 )</b>	<b>TOTAL OTHER COMPREHENSIVE INCOME</b>
<b>JUMLAH LABA (RUGI) KOMPREHENSIF TAHUN BERJALAN</b>	<b>( 65.538.342.945 )</b>		<b>10.323.503.288</b>	<b>TOTAL COMPREHENSIVE INCOME (LOSS) FOR THE YEAR</b>

Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari Laporan Keuangan Konsolidasian secara keseluruhan

Notes to the Consolidated Financial Statements are an integral part of the Consolidated Financial Statements taken as a whole