

Orange Wave

Living the Moment
Planning the Future

— o Laporan Keberlanjutan 2023



Orange
wave

Dedikasi dalam Membangun Nilai Hidup Masyarakat



Tahun 2023 menandakan satu dekade eksistensi Hanwha Life di industri Asuransi Jiwa di Indonesia. PT Hanwha Life Insurance Indonesia (“Hanwha Life Indonesia” atau “Perusahaan” atau “Kami”) terus berkomitmen untuk terus berkontribusi dalam membangun Indonesia secara finansial dengan mengedepankan budaya literasi dan inklusi keuangan yang kuat dengan semangat dan nilai-nilai Perusahaan, yaitu **Challenge, Dedication & Integrity**. Hanwha Life Indonesia juga terus berusaha untuk menciptakan pertumbuhan, terobosan baru, dan inovasi. Hal ini kami wujudkan melalui berbagai aspek, seperti aspek ekonomi, lingkungan hidup dan sosial.

Dari aspek ekonomi, Perusahaan berhasil meningkatkan pertumbuhan Gross Premium (Pendapatan Premi) mengalami pertumbuhan sebesar 51% dan Premi Tahun Lanjutan (Renewal Premium) sebesar 36% dibanding tahun 2022. Pertumbuhan kualitas bisnis Perusahaan juga terus ditingkatkan melalui proses pemantauan terhadap persistency ratio dan rencana implementasi penggunaan lembaga pemeringkat kredit atau credit rating agency untuk memitigasi risiko klaim. Selain itu, kami berusaha menawarkan produk Asuransi yang inklusif, yang dapat dijangkau oleh masyarakat luas dan peningkatan layanan dengan hadir lebih dekat di kota-kota besar di Indonesia. Adapun dari aspek lingkungan hidup, kami berusaha mempertahankan efisiensi penggunaan listrik dan campaign go-paperless yang diwujudkan melalui digitalisasi. Melalui aspek kegiatan sosial, Hanwha Life Indonesia juga berfokus untuk membangun nilai setiap individu, mulai dari karyawan, pelanggan, rekan bisnis serta masyarakat umum turut mengambil bagian sebagai Hanwha Buddy melalui kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang berkelanjutan.

Berikut kami sampaikan Laporan Keberlanjutan Tahun 2023 PT Hanwha Life Insurance Indonesia agar Anda dapat mengetahui lebih lanjut mengenai dedikasi kami dalam menciptakan bisnis asuransi jiwa yang berkelanjutan.

Jakarta, April 2024

Namkoong Hoon

Direktur Utama

A. Strategi Keberlanjutan



PT Hanwha Life Insurance Indonesia atau “Hanwha Life Indonesia” merupakan bagian dari Hanwha Group, sebuah grup konglomerasi multinasional yang berasal dari Korea Selatan. Hanwha Life Indonesia didirikan pada tahun 2013 dan menjadi satu-satunya Perusahaan Asuransi Jiwa dari Korea hingga saat ini.

Di tahun 2023, Hanwha Life Indonesia mengusung *tagline Orange Wave*. Oranye atau *Orange* merupakan warna yang memberikan kehangatan dan semangat dan Oranye sendiri merupakan warna identitas Hanwha Life dan *Wave* diambil dari istilah Korean Wave yang mengacu pada popularitas suatu budaya. Selain itu, *Wave* itu juga memiliki arti masing-masing:

“**W**” : dari kata “*Well-being*” mengartikan rasa kebahagiaan, kesenangan, dan kedamaian yang dirasakan oleh seseorang

“**A**” : dari kata “*Alliance*” mengartikan bekerja sama yang memberi energi, ide, dan kekuatan yang lebih besar untuk mencapai tujuan bersama

“**V**” dari kata “*Value*” mengartikan nilai-nilai yang mendasari segala aktivitas perusahaan. Nilai tersebut meliputi semua aspek perusahaan seperti visi, misi, budaya, komunikasi dan inovasi

“**E**” dari kata “*Engagement*” mengartikan komunikasi melalui aktivitas yang memungkinkan perusahaan untuk menjangkau Hanwha Friends dimanapun dan membangun hubungan baik dengan sesama.

Sehingga Hanwha *Orange Wave* dapat diartikan sebagai sesuatu yang memberikan Hanwha Friends suasana penuh kehangatan dan semangat disertai kreativitas budaya. Nilai-nilai ini bukan hanya *tagline* yang terpampang, tetapi menjadi landasan yang kami jadikan pedoman dalam setiap tindakan. Perusahaan yakin bahwa dengan mempertahankan integritas, merangkul inovasi, dan memprioritaskan kerjasama, Hanwha Life Indonesia dapat terus melakukan perubahan positif dalam industri asuransi jiwa di Indonesia.

Hanwha Life menyadari bahwa kesuksesan perusahaan tidak hanya diukur dari kinerja keuangan, tetapi juga dari dampak positif yang diberikan kepada masyarakat dan lingkungan. Oleh karena itu, salah satu

komitmen Hanwha Life adalah bertanggung jawab sosial dan lingkungan, bekerja untuk menciptakan perubahan yang berkelanjutan dan memberikan manfaat bagi komunitas di mana kami beroperasi. Sebagai perwujudan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR), Hanwha Life Indonesia aktif dalam berbagai kegiatan sosial dan amal di Indonesia, termasuk program-program pendidikan, bantuan kesehatan, dan dukungan untuk komunitas yang membutuhkan. Bekerjasama dengan Pemerintah Provinsi DKI Jakarta dan Dinas Pemberdayaan, Perlindungan Anak dan Pengendalian Penduduk (DPPAPP), Hanwha Life telah membangun 4 (empat) Ruang Publik Terpadu Ramah Anak (RPTRA) di Jakarta dan 2 (dua) Pusat Pelayanan Keluarga (PUSPA) di Jakarta Pusat. Sebagai bentuk rasa tanggung jawab akan perkembangan anak-anak, Perusahaan terus fokus untuk menambah lebih banyak area bermain di luar rumah maupun fasilitas ramah anak dan keluarga untuk dapat mengembangkan rasa sosial serta meningkatkan edukasi non-formal di tengah masyarakat.

PUSPA atau Pusat Pelayanan Keluarga (Center of Excellence in Family Happiness) adalah sebuah tempat untuk percepatan pelaksanaan sinkronisasi program dan kegiatan Pelayanan Kesejahteraan Keluarga, serta pengelolaan Data Keluarga Satu Pintu yang dimiliki dan dikelola oleh Dinas PPAPP DKI Jakarta yang bekerjasama dengan Hanwha Life Indonesia. Program PUSPA 1 diresmikan pada tanggal 16 Juli 2022 di Jakarta International Stadium (JIS) oleh Gubernur DKI Jakarta, Anies Baswedan. PUSPA 1 telah berjalan dengan baik, untuk itu Hanwha Life Indonesia berkomitmen ingin melanjutkan program ini dengan layanan dan fasilitas yang berbeda. Di PUSPA 1 saat ini difokuskan untuk layanan secara virtual dan juga fokus pada pelatihan.

Pada tahun 2023, Hanwha Life Indonesia kembali membangun PUSPA 2 dengan konsep terhadap pelayanan keluarga dan anak dengan berbagai layanan konsultasi. Sarana dan Prasarana PUSPA 2 dan fasilitas pendukungnya berupa Ruang Digital Multifungsi, Ruang Konseling Keluarga, Ruang Bermain Anak, Ruang Laktasi, dan fasilitas lainnya. PUSPA 2 diresmikan pada tanggal 29 November 2023 di Lantai 1 kantor Dinas PPAPP DKI Jakarta oleh Vice President Hanwha Life Korea Hong Jeong Pyo dan CEO Hanwha Life Indonesia Steven Namkoong bersama Kepala BPSDM & Plt. Kepala Dinas PPAPP Provinsi DKI Jakarta Mochamad Miftahulloh Tamary serta Kepala Biro Kesejahteraan Sosial Provinsi DKI Jakarta Wahyu Haryadi.

Komitmen Hanwha Life dalam CSR yang berkelanjutan mencakup upaya untuk tidak hanya memberikan dampak positif jangka pendek, tetapi juga untuk menciptakan perubahan yang berkelanjutan dalam jangka Panjang yang berdampak positif bagi masyarakat dan lingkungan.

B. Ikhtisar Aspek Berkelanjutan

1. Aspek Ekonomi:

KETERANGAN	AKHIR TAHUN				
	2019	2020	2021	2022	2023*
Pendapatan Premi (IDR miliar)	78,6	72,4	103,9	111,6	168,5
Laba Bersih (IDR miliar)	28,3	33,7	10,3	(5,1)	(33,9)
Jumlah Polis Aktif	4.016	4.642	5.758	4.669	4.992
a. Perorangan/Individual	3.868	4.520	5.653	4.577	4.778
b. Kumpulan/Group	148	122	105	92	214
Jumlah Tertanggung	53.957	34.431	22.724	21.525	40.496
a. Perorangan/Individual	3.868	4.520	5.653	4.577	4.778
b. Kumpulan/Group	50.089	29.911	17.071	16.948	35.718
Jumlah Tertanggung	2.052	2.259	2.384	3.123	2.484

Catatan:

*data *unaudited*

2. Aspek Lingkungan Hidup:

KETERANGAN	2019	2020	2021	2022	2023
Penggunaan Energi Listrik dan Air	992.466.587	906.091.616	937.757.174	888.257.308	890.135.712
Listrik	893.219.928	815.482.454	843.981.457	799.431.577	801.122.141
Air	99.246.659	90.609.162	93.775.717	88.825.731	89.013.571
Harga Listrik PLN (estimasi rata-rata)	1.300	1.300	1.300	1.300	1.300
Konsumsi KWH/tahun	549.674	501.835	519.373	491.958	492.998

Pada tahun 2023, Perusahaan berhasil mempertahankan efisiensi penggunaan listrik dibandingkan tahun sebelumnya. Inisiatif penghematan mulai ditingkatkan dengan efisiensi penggunaan aset kelistrikan milik Perusahaan yang tidak perlu dan efektifitas waktu bekerja dengan penerapan *work-life balance* yang mendorong karyawan untuk bekerja sesuai tenggat waktu yang sudah ditentukan. Selain itu, Perusahaan juga berusaha menerapkan *Campaign Go Paperless* dengan melakukan pengurangan pemakaian kertas melalui inisiatif baru dengan implementasi perangkat lunak (*software*) dengan harapan mengurangi dokumen fisik.

3. Aspek Sosial:

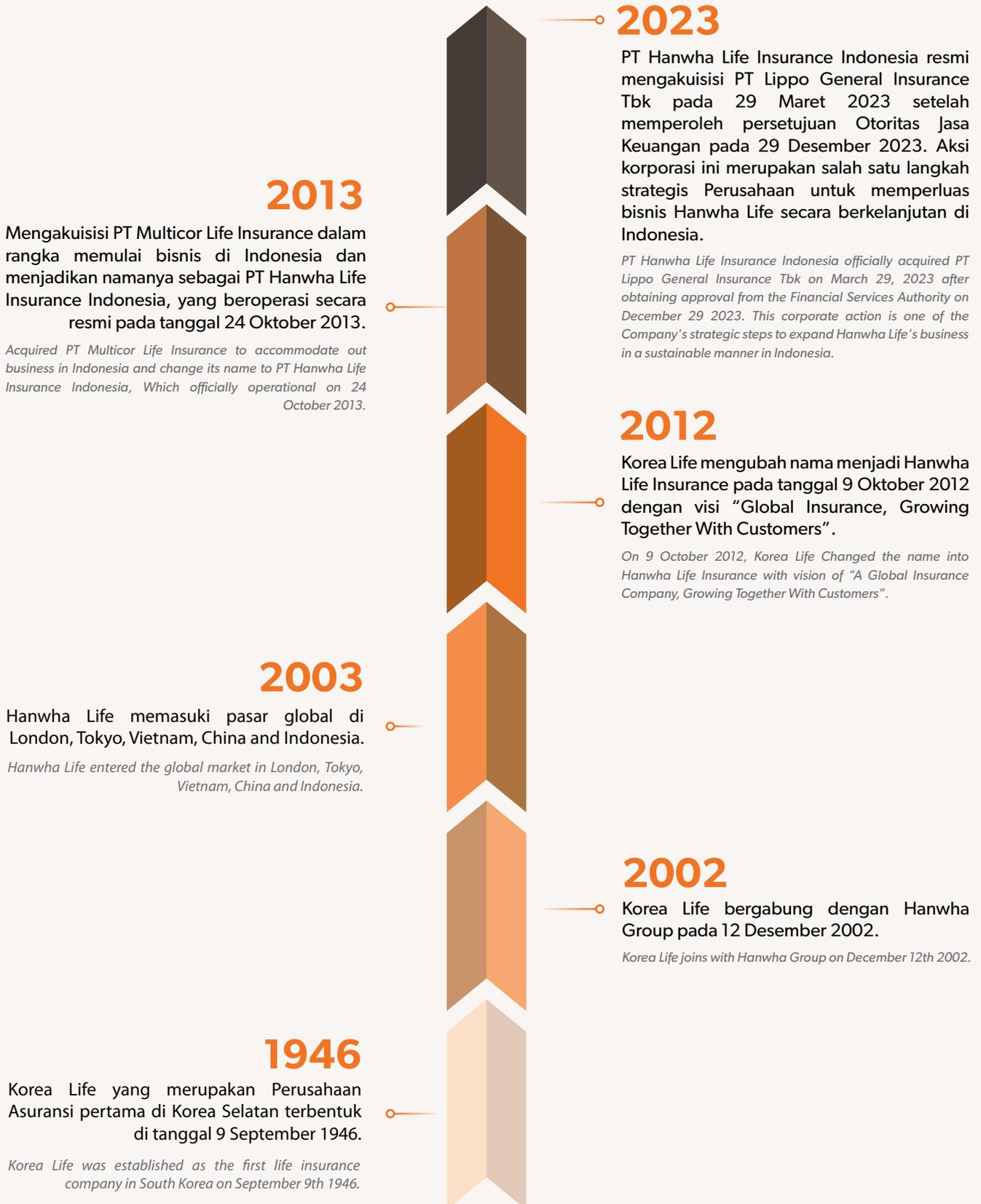
TAHUN	PROYEK	RINCIAN KEGIATAN
2018	Tidak ada	-
2019	1. Teman Mudik Hanwha 2. Hanwha Buddy	<p>Kegiatan ini dilakukan sebagai bagian dari kegiatan literasi Asuransi kepada masyarakat Indonesia. Kegiatan ini dilakukan melalui pemberian Asuransi Jiwa selama perjalanan mudik tahun 2019 yang diberikan secara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

TAHUN	PROYEK	RINCIAN KEGIATAN
	3. RPTRA Kayumas	<p>Meneruskan proyek RPTRA yang sudah berjalan sebelumnya, perusahaan terus berusaha untuk dapat memenuhi kesejahteraan masyarakat khususnya bagi anak dan keluarga. Maka dari itu, melalui proyek RPTRA Kayumas yang sudah direncanakan juga sejak 2019, berhasil untuk dilakukan pada semester kedua tahun 2020 dan selesai pembangunannya pada Desember 2020.</p>
2021	<p>1. RPTRA Vlaboean, Klender</p> <p>2. PUSPA, Jakarta</p>	<p>Komitmen perusahaan untuk terus memberikan dukungan kepada pemerintah terutama masyarakat dalam meningkatkan kualitas hidup melalui tanggung jawab social CSR terus berlanjut di 2021. Ditunjukkan dengan pembangunan RPTRA ke 4 yang berlokasi di Klender, Jakarta Timur, Groundbreaking telah dilakukan pada Juni 2021 lalu, dan peresmian dilakukan pada tanggal 2 Desember 2021.</p> <p>Berfokus untuk meningkatkan pemberdayaan di tengah masyarakat melalui kegiatan kreativitas dan produktivitas, pembangunan RPTRA di atas lahan seluas 1.011 meter persegi ini akan di lengkapi dengan ruang perpustakaan, ruang serbaguna, ruang laktasi, PKK Mart dan playground.</p> <p>Memberikan arti lebih dengan cinta dan dukungan yang berkelanjutan, di tahun yang sama Hanwha Life Indonesia bekerjasama dengan Dinas PPAPP DKI Jakarta membangun fasilitas Pusat Pelayanan keluarga (PUSPA) yang selesai dibangun dan diharapkan dapat beroperasi penuh di tahun 2022.</p>
2022	1. Launching PUSPA, Jakarta International Stadium	<p>Setelah pembangunan rampung di Maret 2022, Pusat Pelayanan Keluarga (PUSPA) yang berlokasi di kantor Dinas PPAPP DKI Jakarta (Cempaka Putih) sudah dapat beroperasi di Q1 2022 dan diresmikan oleh Gubernur DKI Jakarta, Anies Baswedan pada acara Jakarta Menyapa (Juli 2022).</p>

TAHUN	PROYEK	RINCIAN KEGIATAN
	2. Hadiahkan Cinta Kepada Anak RPTRA	<p>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.</p> <p>Masyarakat dapat menggunakannya dengan mengunjungi PUSPA. Komitmen Hanwha Life 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.</p> <p>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.</p>
2023	1. "Sharing Love, Connecting Hearts with Hanwha Life"	<p>Seiring dengan Campaign ORANGE WAVE 2023 yang dimana salah satunya adalah Perusahaan menerapkan Value yaitu prinsip-prinsip dan nilai-nilai yang mendasari segala aktivitas perusahaan. Nilai-nilai tersebut meliputi semua aspek perusahaan, seperti misi, visi, tujuan, kebijakan, struktur organisasi, budaya kerja, sistem manajemen, komunikasi, inovasi, CSR, dan lain-lain.</p> <p>Hal ini menjadi salah satu aksi dari Hanwha Life Indonesia untuk menerapkan nilai perusahaan dengan cara membuat program Literasi di salah satu RPTRA Jakarta Timur yaitu RPTRA Vlabeoan, Klender.</p> <p>Sasaran program ini adalah anak-anak dengan kegiatan belajar dan bermain bersama Hanwha Buddy.</p>

TAHUN	PROYEK	RINCIAN KEGIATAN
		<p>Selain literasi, Hanwha Life juga mensosialisasikan pentingnya menjaga Kesehatan badan. Pada kesempatan ini Hanwha melakukan tes Kesehatan yang diperuntukkan orang tua yang mendampingi anak-anak yang hadir pada saat itu dengan bekerjasama dengan salah satu rumah sakit swasta.</p>
	<p>2. Menabung Untuk Masa Depan</p>	<p>Hanwha Life mengadakan Literasi Keuangan untuk anak-anak di RPTRA Kayu Mas, Pulogadung, Jakarta Timur yang bertemakan “Menabung Untuk Masa Depan”. Kegiatan ini mengajak anak-anak untuk mengetahui pentingnya literasi keuangan yang diperoleh sejak dini untuk menunjukkan perlunya pendidikan keuangan yang terintegrasi dalam kurikulum pendidikan, serta dukungan dari keluarga dan komunitas untuk mengembangkan keterampilan keuangan yang kuat sejak usia dini.</p>
	<p>3. Generasi Muda Pintar: Mengasah Pengetahuan Keuangan Untuk Masa Depan</p>	<p>Bekerja sama Universitas UHAMKA, Hanwha Life mengadakan literasi dan inklusi keuangan pada Kamis, 12 Oktober 2023, bersama para mahasiswa/i dari Fakultas Ekonomi & Bisnis UHAMKA.</p>
	<p>4. Menuju Indonesia Maju Melalui Literasi & Inklusi Keuangan</p>	<p>Hanwha Life berkolaborasi dengan partner dalam kegiatan Finansial Literasi dan Inklusi Keuangan dengan APINDO Kalimantan Timur dan Ciptadana Asset Management Kamis, 12 Oktober 2023, di Balikpapan</p>

C. Sekilas tentang Hanwha Life





Visi Keberlanjutan

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

Filosofi

- **KEPERCAYAAN**

Keyakinan yang tercipta dari janji yang dipenuhi

- **KESETIAAN**

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

Misi Keberlanjutan

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

Nilai - Nilai Perusahaan

- **CHALLENGE**

Mengejar keunggulan dengan terus berinovasi dan tidak cepat berpuas diri

- **DEDICATION**

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

- **INTEGRITY**

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

Profil Hanwha Life Indonesia



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

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

Kantor Pemasaran | Sales Office

JAKARTA 1 & 2

Permata Kuningan Building
Ground Floor
Jl. Kuningan Mulya Kav. 9C,
Jakarta 12980
T. +62 21 8378 0882
F. +62 21 8378 0883

BEKASI

Komp. Graha Boulevard
Commercial Blok GB-B016
Jl. Boulevard Ahmad Yani Summarecon,
Bekasi
T. +62 21 2851 9791
F. +62 21 2851 9792

BOGOR

Jl. Pajajaran No. 84 Ruko J
Kel Baranangsiang Kec. Bogor Timur,
Bogor 16143
T. +62 251 755 9118
F. +62 251 788 9119

BANDUNG & DREAM PLUS

CENTRE BANDUNG
Wisma Bumiputera Lt.2 Suite #201
Jl. Asia Afrika No. 141-149, Bandung
T. +62 22 426 7109
F. +62 22 426 7129

SURABAYA

Gedung Graha Pacific Lantai 8
Jl. Basuki Rahmat No.87-91, Surabaya 60271
P. +62 31 9929 9957
F. +62 31 9914 6421

MEDAN

Jl. Pangeran Diponegoro No. 36
Medan 20152
P. +62 61 456 1158
F. +62 61 456 1148

YOGYAKARTA

Jl. AM. Sangaji No.79, Tegalrejo 55241
P. +62 778 464 417
F. +62 61 8008 8519

BATAM

Komplek Goldhill Blok A Nomor 3,
Jalan Laksamana Bintang Sei Panas Batam,
Kel. Sei Panas, Kec. Batam
Kota, Kota Batam 2943

SOLO

Ruko Soepomo Blok E
Jl. Dr. Soepomo No.25 Mangkubumen,
Banjarsari, Surakarta 57139
P. +62 271 747 2806

Kantor Pemasaran Mandiri | General Agency

JAKARTA PREMIER

World Trade Center Tower 1, Lt 12
Jl. Jend. Sudirman Kav 29
Jakarta 12920
T. +62 21 5081 6100 Ext. 2289
F. +62 21 5081 6111

DENPASAR PREMIER

Jl. Gatot Subroto Tengah
No.80 unit 7
Denpasar, Bali 80231
P. +62 778 464 417
F. +62 61 8008 8519

GAO INFINITE MEDAN

Gedung Graha Harmoni Lantai 1
Jalan Gaharu Nomor 2-B
Lingkungan VIII,
Kel. Gaharu, Kec. Medan Timur,
Kota Medan

IAO MERCY NUSANTARA TUBAN

Jl. Tembus Ruko Baru
Gedongombo No. 16
Kel. Gedongombo, Kec. Semanding,
Kabupaten Tuban

IAO MERCY TIGER SURABAYA

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

IAO MERCY FUTURE ONE MAKASSAR

Ruko Rolling Hills Type Soho No. 7
Jl. Metro Tanjung Bunga Kel.
Maccini Sombala
Kec. Tamalate, Makassar

GAO JEMPOL PONTIANAK

Jalan Perdana
Komp. Perdana Square Blok I
No. 10 Kel. Parittokaya
Kec. Pontianak Selatan, Pontianak,
Kalimantan Barat

GAO CILACAP

Jalan Gatot Subroto RT. 01 RW. 08
Kel. Gunungsimping,
Kec. Cilacap Tengah, Kab. Cilacap

GAO MALANG

Jalan Nusakambangan No. 18
Kel. Kasin, Kec. Klojen, Kota Malang,
Jawa Timur 65117

GAO GENESIS SURABAYA

Gedung Vieloft Soho Unit 1206
Jl. Mayjen Sungkono Kav. 89,
Surabaya 60224

GAO INFINITE JAKARTA

Ruko Boston RiverView (RBRE) Blok E
No. 07, PIK 2
Kapuk Kamal Muara, Penjarangan,
Jakarta Utara

GAO KING MALANG

Jl. M. Panjaitan Kavling 7 Ruko No.2,
RT 001 RW 01,
Kel. Penanggungan, Kec. Klojen
Kota Malang 65113

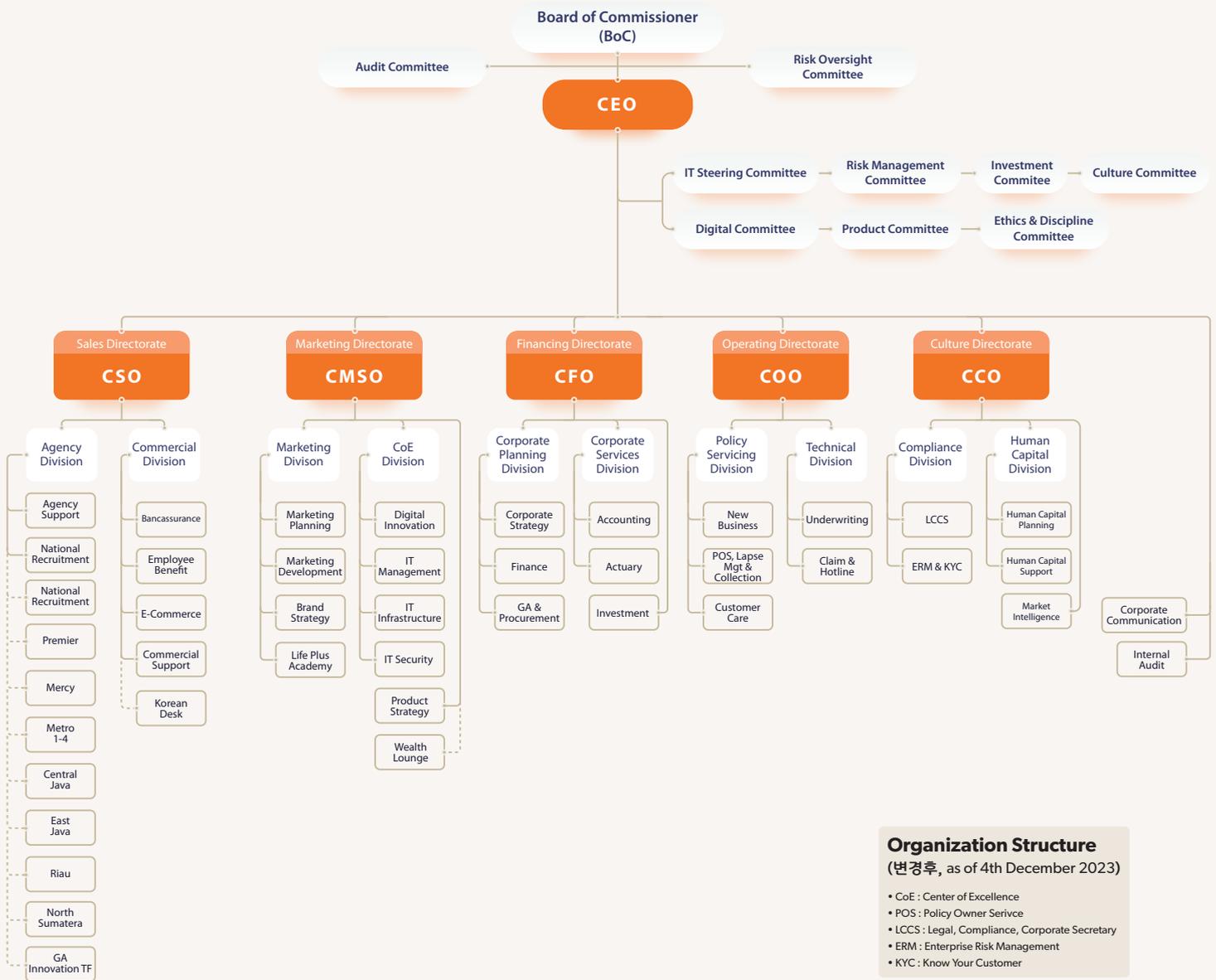
WEALTH LOUNGE JAKARTA

World Trade Center Building, 12th Floor
Jl. Jend. Sudirman Kav. 29, Jakarta 12920

WEALTH LOUNGE SURABAYA

Ciputra World Mall
2nd Floor, Unit 2.51
Jl. Mayjend Sungkono No. 89, Surabaya

Skala Organisasi

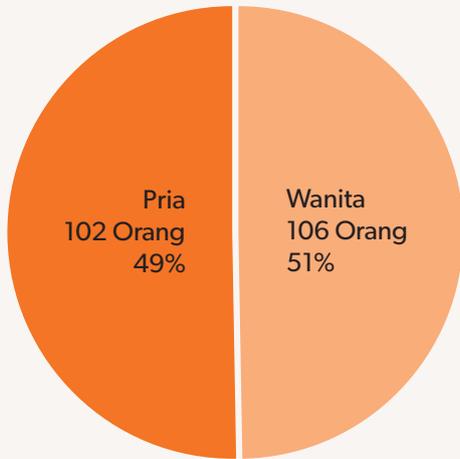


Organization Structure (변경후, as of 4th December 2023)

- CoE : Center of Excellence
- POS : Policy Owner Service
- LCCS : Legal, Compliance, Corporate Secretary
- ERM : Enterprise Risk Management
- KYC : Know Your Customer

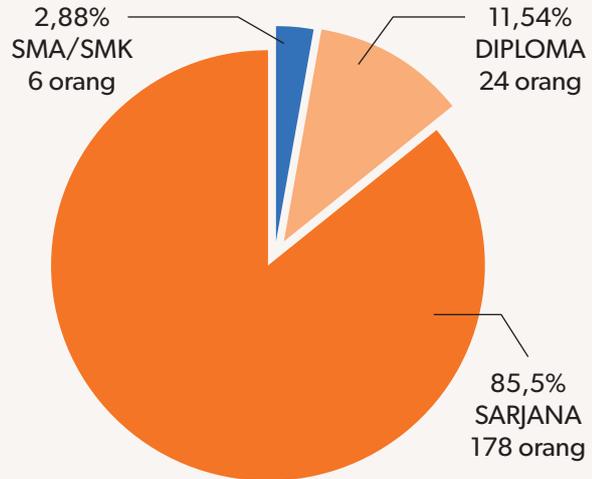
Dalam pelaksanaan kegiatan usaha, Hanwaha Life menerapkan kesetaraan dalam pengembangan karir setiap karyawannya. Melalui berbagai kegiatan internal dan eksternal, karyawan juga dilibatkan dalam kegiatan untuk menunjang pengembangan diri.

Jenis Kelamin



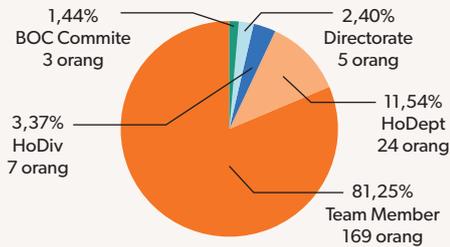
Male Female

Pendidikan



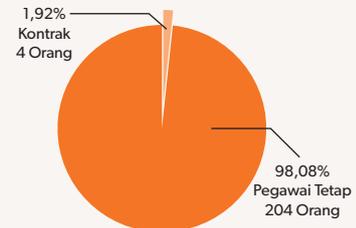
SARJANA SMA/SMK DIPLOMA

Jabatan



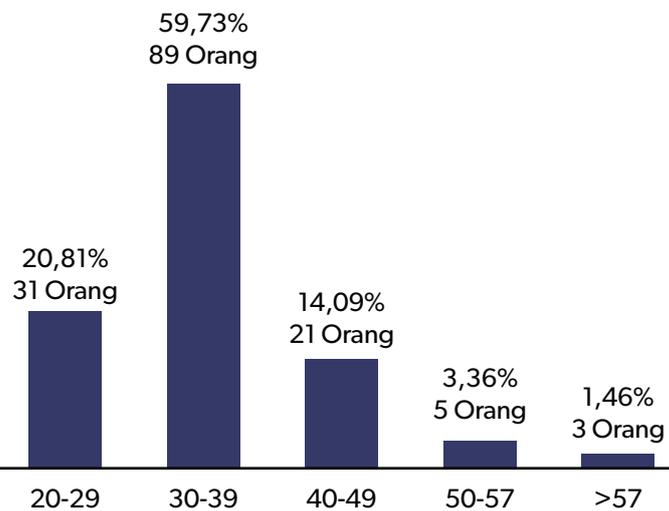
BOC Commite Directorate HoDiv HoDept Team Member

Status Kepegawaian



Pegawai Tetap Kontrak

Rentang Usia



Produk Hanwaha Life Indonesia

Hanwaha Life Indonesia memiliki berbagai jenis produk Asuransi jiwa dengan manfaat beragam yang meliputi produk Asuransi Jiwa Unit Link, Asuransi Jiwa Seumur Hidup, Asuransi Dwiguna dan Asuransi Jiwa Berjangka. Pada tahun 2023 Hanwaha Life Indonesia memasarkan berbagai produk melalui berbagai jalur distribusi sebagaimana di bawah ini:

No	Jalur Distribusi	Produk dan Layanan
1	Keagenan	<ul style="list-style-type: none"> • Hanwaha Smart Invest Link • Hanwaha Link Single • Hanwaha Future Protection • Hanwaha Golden Life Plan A • Hanwaha Golden Life Plan B • Hanwaha Smart CI Plus • Hanwaha Smart CI • Hanwaha Saving Protection • Hanwaha Education • Hanwaha Premier Health Care • Hanwaha Ultimate Smart Saving
2	Commercial	<ul style="list-style-type: none"> • Hanwaha Platinum Life Plan A • Hanwaha Platinum Life Plan B • Asuransi Hanwaha Bucket List Plan • Prima Medika Proteksi • Healthy Plus
3	Kumpulan	<ul style="list-style-type: none"> • Hanwaha Medi Smart • Asuransi Jangka Warsa • Asuransi Jangka Warsa Menurun • Asuransi Kecelakaan Diri • Asuransi Jiwa Kumpul

Total Aset dan Kewajiban PT Hanwaha Life Insurance Indonesia

KETERANGAN	2019	2020	2021	2022	2023
Total Aset	2.042.482,18	2.065.906,60	2.038.125,65	2.083.513,50	2.123.069,62
Total Kewajiban	192.669,43	165.986,63	165.986,63	223.437,44	347.443,00
Total Ekuitas	1.861.851,52	1.872.139,02	1.872.139,02	1.860.076,07	1.775.626,62

Catatan:
Data dalam jutaan rupiah

Keanggotaan Pada Asosiasi

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

D. Penjelasan Direksi

Pemegang Saham dan Pemangku Kepentingan yang terhormat, Laporan Keberlanjutan perusahaan 2023 disusun berdasarkan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 51/POJK.03/2017 tentang Penerapan Keuangan Berkelanjutan bagi Lembaga Jasa Keuangan, Emiten, dan Perusahaan Publik dan merupakan bagian dari laporan tahunan 2023, dimana hal-hal yang berkaitan dengan data maupun profil perusahaan dapat ditemukan pada laporan tahunan 2023. Laporan Keberlanjutan ini merupakan komitmen Perusahaan dalam mendukung pembangunan berkelanjutan guna menyeimbangkan antara kepentingan bisnis dan kelestarian lingkungan di masa mendatang.

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

Hanwha Life Indonesia melihat pentingnya peran keluarga dalam perkembangan setiap individu yang dimulai dari anak-anak yaitu perkembangan secara motorik maupun bahasa. Sejalan dengan hal tersebut, proyek Ruang Publik Terbuka Ramah Anak (RPTRA) yang diinisiasi bersama pemerintah DKI Jakarta yang dibantu oleh Dinas PPAPP DKI Jakarta dan Organisasi non-profit Wahana Visi Indonesia, telah berhasil membangun empat (4) lokasi RPTRA dan 2 PUSPA selama periode 2017 – 2023. Di antaranya RPTRA Jakarta Teratai, RPTRA Anggrek Rawasari, RPTRA Kayumas, RPTRA VLABOEAN, Jakarta Timur serta PUSPA 1 di Kantor Dinas PPAPP lantai 1 Cempaka Putih, Jakarta Pusat dan PUSPA 2 di Kantor Dinas PPAPP lantai 8 Cempaka Putih, Jakarta Pusat. Pembangunan PUSPA 2 dilakukan pada tahun 2023 dengan konsep utama menyediakan pelayanan keluarga dan anak dengan berbagai layanan konsultasi yang dilengkapi fasilitas, seperti Ruang Digital Multifungsi, Ruang Konseling Keluarga, Ruang Bermain Anak, Ruang Laktasi, dan fasilitas lainnya.

Dalam kegiatan pembangunan RPTRA dan PUSPA ini, Perusahaan mempersiapkan sumber daya pendanaan untuk pemeliharaan dan kegiatan berkelanjutan pada lokasi RPTRA dan PUSPA. Dalam proses berkelanjutannya, evaluasi akan terus dilakukan secara bertahap melalui beberapa kegiatan virtual maupun komunikasi bersama para pemangku kepentingan dalam pembangunan RPTRA dan PUSPA ini.

E. Tata Kelola Berkelanjutan

Perusahaan berkomitmen penuh untuk menerapkan prinsip Tata Kelola Perusahaan Yang Baik, sebagaimana diatur dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) No. 73/ POJK.05/2016 yang telah 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.

Sehubungan dengan Tata Kelola Keberlanjutan, sebagai bentuk penerapan dan kepatuhan atas POJK No. 51/POJK.03/2017 tentang Penerapan Keuangan Berkelanjutan bagi Lembaga Jasa Keuangan, Emiten, dan Perusahaan Publik, Perusahaan melibatkan Direksi, Dewan Komisaris, Karyawan maupun Pejabat dan/atau Unit Kerja terkait. Uraian mengenai tugas bagi Direksi dan Dewan Komisaris, karyawan, pejabat dan/atau unit kerja yang menjadi penanggung jawab penerapan Keuangan Berkelanjutan.

Peran para Direksi dan Dewan Komisaris, Karyawan, Pejabat dan/atau Unit Kerja sebagai Penanggung Jawab Penerapan Keuangan Berkelanjutan

1. Direksi

Direksi adalah organ Perusahaan yang bertanggung jawab atas pengurusan Perusahaan untuk kepentingan Perusahaan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, termasuk penerapan prinsip tata kelola perusahaan yang baik, penerapan manajemen risiko, maksud dan tujuan Perusahaan, serta mewakili Perusahaan, baik di dalam maupun di luar pengadilan, sesuai dengan ketentuan anggaran dasar. Sehubungan dengan penerapan Keuangan Berkelanjutan, Direksi bertugas dan bertanggung jawab memimpin penyusunan Rencana Aksi Keuangan Berkelanjutan (RAKB) Perusahaan dan penentuan prioritas RAKB sebelum kemudian diajukan untuk mendapatkan persetujuan Dewan Komisaris. Direksi juga berkewajiban untuk memantau kinerja keberlanjutan secara keseluruhan.

2. Dewan Komisaris

Dewan Komisaris adalah organ Perusahaan yang bertugas melakukan pengawasan serta memberikan nasihat kepada Direksi, sesuai dengan anggaran dasar Perusahaan yang berlaku, peraturan perundang-undangan, termasuk prinsip-prinsip tata kelola perusahaan yang baik, penerapan manajemen risiko, dan kepentingan Perusahaan, sesuai dengan maksud dan tujuan Perusahaan. Sehubungan dengan penerapan Keuangan Berkelanjutan, Dewan Komisaris bertugas dan bertanggungjawab untuk meninjau, memberikan nasihat kepada Direksi mengenai penyusunan RAKB serta memberikan persetujuan atas Rencana Aksi Keuangan Berkelanjutan (RAKB) Perusahaan.

3. Penanggung Jawab Penerapan Keuangan Berkelanjutan

Dalam mewujudkan penerapan Keuangan Berkelanjutan, Perusahaan telah menunjuk Chief Marketing Strategy Officer (CMSO) sebagai Penanggung Jawab program serta Departemen Corporate Communication sebagai Pelaksana Tugas untuk mengoordinasikan dan melaksanakan kegiatan rencana aksi keuangan berkelanjutan dengan bekerjasama dengan seluruh fungsi yang ada di Perusahaan.

Pengembangan kompetensi Penerapan Keuangan Berkelanjutan

Guna mendukung pelaksanaan Keuangan Berkelanjutan, Perusahaan selalu berusaha untuk memfasilitasi pengembangan kompetensi bagi Direksi, Dewan Komisaris, penanggung jawab penerapan Keuangan Berkelanjutan maupun karyawan secara keseluruhan.

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

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

No	Nama Pelatihan	Penyelenggara
1	Actuarial Summit 2023	PAI
2	Awareness Training of ISO/IEC 27001:2013	Premysis
3	Benefit Hacks 2023 : Strategi Dukung Kesejahteraan Finansial Karyawan Secara Efisien	Mekasi Talenta
4	Building Agile Orhanization	Coursius
5	CFP (Certification)	IFPI
6	CHCP (Certified Human Capital Professional)	Pungki Purnadi Associate
7	Chief Financial Forum II	AAJI
8	COO Summit 2023	AAJI
9	CRO (Chief Risk Officer) Forum II Tahun 2023	AAJI
10	Dampak Penerapan Cloud Computing di Industri Jasa Keuangan	OJK Institute
11	Diskusi Panel Ketua Asosiasi Profesi Keuangan - Melangkah Maju Dalam Dunia Kerja Profesi Keuangan : Inovasi dan Penguasaan Keterampilan Baru sebagai Kunci Sukses	PPPK
12	DRiM Seminar 2023	AAJI
13	Emotional Intelligent & Self Awareness	Hanwha Life
14	Excel Power Query : Unlock Kekuatan Transformasi Data	TICMI
15	Financial Planing for Beginners (Mirae Asset Sekuritas Indonesia & HLI)	MASI & Hanwha Life
16	Global Internal Audit & Risk Survey 2023 Launch Event	PWC Indonesia

No	Nama Pelatihan	Penyelenggara
17	GRC Summit 2023 Master Class	CRMS Indonesia
18	Growth Mindset	Hanwha Life
19	H Standard & Risk Culture Training	Hanwha Life
20	HLI Security Awareness Online Training	IT HLI
21	How Can You Effectively Break the Attack Kill Chain to Protect Your Critical Assets	PT SNET Indonesia
22	HR Junior Workshop	AAJI
23	HR Summit 2023	AAJI
24	Implementasi Artificial Intelligence (AI) di Industri Jasa Keuangan	OJK Institute
25	Innovation and Value Creation in Life Insurance Product	Nusantara Re
26	Insurance Claim-Investigation & Auditing	AAUI, Itikad Academy
27	Insurance Day After IFRS Compliance : Transforming Regulator Obligation to Competitive Advantage event	SAS Indonesia
28	Internal Audit Training Based on ISO 19011:2018 for ISO/IEC 27001:2013 Implementation	Premysis
29	Iuran Anggota Wakil Manajer Investai Indonesia	WMI
30	Kursus Bahasa Korea	Noonbit Academy
31	Leadership Training-Responsibility	Hanwha Life
32	Managing Environmental, Social and Governance Risk and Opportunities	OJK Institute
33	Marketing & Communication Summit 2023	AAJI
34	Master Class Program Series XXII, RISK CAPACITY, THE FUNDAMENTAL MISSING PUZZLE IN RISK MANAGEMENT PRACTICE	LSPMR
35	Mastering Time Management	Hanwha Life
36	Membangun Keyakinan Nasabah Aset Digital dari Risiko Siber	OJK Institute
37	Menuju Indonesia Emas 2045	OJK Institute
38	New Employee Orientation	Hanwha Life
39	Pelatihan Workshop SAKEP	YPIA
40	Peluang Metaverse di Industri Jasa Keuangan	OJK Institute

No	Nama Pelatihan	Penyelenggara
41	Pemanfaatan Analisis Big Data dalam Meningkatkan Kinerja Industri Jasa Keuangan	Mekari Talenta
42	Pemanfaatan Internet of Things (IoT) di Industri Jasa Keuangan	OJK Institute
43	Peran Aktuaris dalam Implementasi PSAK 24 berdasarkan SP DSAK - IAI dan PSAK 74	PPPK
44	Perbandingan PP 51/2023 terhadap PP 36/2021	HRBP Indonesia
45	Product Workshop with InaRe & Thai Re-Life	InaRe
46	Prospek Insurtech di Indonesia	OJK Institute
47	QCRO (Perpanjangan)	LSP MKS
48	QCRO (Risk Management)	CRMS Indonesia
49	Seminar Perlindungan Konsumen AAJI	AAJI
50	Sertifikasi QIA Tingkat Manajerial	YPIA
51	Sertifikasi QIA Tingkat Pra Manajerial	YPIA
52	Singapore Fintech Festival	Elevandi Singapore
53	Training CPSAK	PPA FEB UI
54	Training dan Sertifikasi CPHRM, HRBP dan HRMP	Corporate Human Resource
55	Training Underwriting	Peruji
56	Undangan Sosialisasi PMK No.66 Tahun 2023	AAJI
57	Unveiling the Power of Compliance Management System Based on ISO 37301 for GRC Excellence	Robere and Associates
58	Upgrade dan Pegang Kendali Proses Reimbursement dengan Mekari Expense	OJK Institute
59	Virtual Health Talk : Building Mental Resilience and Grit	Riliv
60	Virtual Health Talk : Mengenal Lebih Dekat Pneumonia	Hanwha Life & Mitra Keluarga
61	Webinar Enchancing ESG Through Best Practices in Accounting	OJK Institute
62	Webinar How to Drive Corporate Performance through Accounting Practices	OJK Institute
63	Webinar Joint Regional Seminar 2023	PAI
64	Webinar Leadership in Changing Atmosphere	OJK Institute

No	Nama Pelatihan	Penyelenggara
65	Webinar Memperkuat Ketahanan Nasional di Industri Jasa Keuangan	OJK Institute
66	Webinar Mengenal Lebih Jauh Pengaturan UU P2SK dalam Rangka Penguatan Literasi, Inklusi, dan Perlindungan Konsumen	OJK Institute
67	Webinar Peluang dan Tantangan Fintech P2P Lending di Era UU P2SK	OJK Institute
68	Webinar Pengawasan Market Conduct dan Perlindungan Konsumen di Sektor Jasa Keuangan Pasca Penertiban POJK No. 6/POJK.07/2022 dan UU P2SK	LPPI
69	Webinar: Polusi Udara dan Masalah Kesehatan	Hanwha Life
70	Workshop Education Trip 2023	Sucorinvest Investment Management
71	Workshop Fraud Investigation	ACFE
72	Workshop Standar dan Kode Etik Profesi (SAKEP) KSPI	YPIA

No	Jenis Sertifikasi	Jumlah Pegawai
1	Insurance	21
2	Risk Management	18
3	Human Resources	4
4	Actuary	10
5	Investment	2

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

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

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

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

Direksi dan Dewan Komisaris bertanggung jawab dalam:

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

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

Keterlibatan Pemangku Kepentingan dalam Penerapan Keuangan Berkelanjutan

Perusahaan percaya bahwa menjaga kepercayaan Pemangku Kepentingan sangat penting untuk memastikan kelangsungan usaha. Tanpa landasan kepercayaan, Perusahaan akan sulit mencapai tujuan Keuangan Berkelanjutan dan memenuhi harapan para Pemangku Kepentingan, seperti pemegang saham, nasabah, karyawan, asosiasi, mitra bisnis, pemerintah/regulator, dan masyarakat.

Perusahaan senantiasa menerapkan prinsip keterbukaan dalam proses pengambilan keputusan dan keterbukaan dalam pengungkapan dan penyediaan informasi yang relevan mengenai Perusahaan, yang mudah diakses oleh Pemangku Kepentingan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang perasuransian serta standar, prinsip, dan praktik penyelenggaraan Usaha Perasuransian yang sehat. Untuk itu, Perusahaan pun memberikan kesempatan kepada seluruh pemangku kepentingan untuk memberikan masukan dan menyampaikan pendapat bagi Perusahaan dalam menerapkan Keuangan Berkelanjutan. Keterlibatan Pemangku Kepentingan dalam penerapan Keuangan Berkelanjutan diimplementasikan baik secara langsung maupun tidak langsung, melalui laporan, rapat, konsultasi serta dialog antara Perusahaan dengan berbagai Pemangku Kepentingan yang berperan penting dalam mendukung penerapan Keuangan Berkelanjutan. Selain itu, Perusahaan juga menjunjung tinggi prinsip kesetaraan dan kewajaran (fairness) dalam memenuhi hak-hak Pemangku Kepentingan.

Permasalahan yang Dihadapi, Perkembangan, dan Pengaruh terhadap Penerapan Keuangan Berkelanjutan

Penerapan Keuangan Berkelanjutan menghadapi sejumlah tantangan dan perubahan yang terus berkembang. Pasca pandemi Covid-19 yang baru berakhir di awal tahun 2023, Perusahaan perlu melakukan penyesuaian atas fasilitas untuk beradaptasi dengan hal baru/ (*new normal era*). Peningkatan kembali kegiatan tatap muka (*offline*) di antara masyarakat, serta pengembangan digitalisasi akan menjadi salah satu fokus utama dalam melalui program-program yang akan dijalankan Perusahaan dalam tahun ini maupun tahun-tahun kedepannya.

Beberapa tantangan utama dan rencana untuk menghadapinya ke depan dapat melibatkan:

Perubahan iklim, keberlanjutan sumber daya alam, dan dampak lingkungan lainnya dapat mempersulit pelaksanaan program CSR.

Perubahan teknologi dapat menciptakan peluang baru namun juga tantangan terkait keamanan data dan dampak ekonomi terhadap pekerjaan.

Pendidikan dan kesadaran publik yang rendah terhadap isu-isu keberlanjutan.

Untuk mengatasi kendala tersebut, sesuai dengan Rencana Aksi Keuangan Berkelanjutan yang disampaikan sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari Rencana Bisnis Perusahaan tahun 2024, Perusahaan telah menentukan rencana aksi sebagai berikut:

- a. Pengukuran Dampak Sosial dan Lingkungan;
- b. Pelaporan dan Transparansi;
- c. Perbaikan dan Inovasi;
- d. Pelatihan dan Pengembangan; serta
- e. Pencapaian dan Penghargaan.

F. Kinerja Perusahaan

Perusahaan berkomitmen penuh untuk menerapkan prinsip Tata Kelola Perusahaan Yang Baik, sebagaimana diatur dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) No. 73/ POJK.05/2016 yang telah 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.

1) Kegiatan Membangun Budaya Keberlanjutan di Internal LJK

Sebagai bentuk komitmen perusahaan dalam membangun budaya keberlanjutan, Hanwha Life secara terus menerus berinovasi menghasilkan kegiatan dan program yang berdampak langsung kepada masyarakat luas sebagai Eksternal, dan juga terhadap Karyawan serta Agen sebagai pihak Internal dengan melibatkan mereka secara langsung dalam interaksi dan sosialisasi program-program Literasi dan Inklusi keuangan yang telah direncanakan setiap tahunnya.

2) Kinerja Ekonomi

Pencapaian bisnis Perusahaan selama tahun 2023 untuk *Gross Premium* (Pendapatan Premi) mengalami pertumbuhan sebesar 51% dibanding tahun 2022. Kontribusi premi tahun pertama mengalami peningkatan sebesar 59%. Pertumbuhan kualitas bisnis perusahaan juga terus ditingkatkan melalui proses pemantauan terhadap *persistency ratio* dan rencana implementasi penggunaan credit rating untuk memitigasi risiko klaim. Premi Tahun Lanjutan (*Renewal Premium*) sepanjang tahun 2023 tumbuh sebesar 36% dibandingkan tahun sebelumnya.

Berikut adalah data kinerja Perusahaan dalam kurun waktu 2019-2023

No	Keterangan	2019	2020	2021	2022	2023*
1	Premi Bruto	78,6	72,4	103,9	111,6	168,5
2	Premi Reasuransi	10,0	8,2	4,0	7,0	8,0
3	Turun (Naik) CAPYBMP	(5,1)	5,9	(4,0)	(7,1)	(15,0)
4	Jumlah Pendapatan Premi Neto	63,5	70,1	95,9	97,5	145,7
5	Hasil Investasi	123,9	126,4	121,4	111,4	100,1
6	lain-lain	2,0	4,6	6,4	6,9	9,8
7	Jumlah Pendapatan	189,5	201,1	223,8	215,6	255,6
8	Beban Klaim	17,8	32,4	28,2	62,0	137,9
9	Beban Akuisisi	26,9	37,5	59,8	33,3	34,3
10	Beban Pemasaran	6,6	4,1	3,7	5,6	4,3
11	Beban Operasional	110,0	102,1	112,6	109,2	113,4
12	Jumlah Beban	161,3	176,1	204,2	210,1	289,9
13	Naik (Turun) Nilai Aset	11,0	7,3	5,7	5,6	0,3
14	Laba (Rugi) Sebelum / Setelah Pajak	17,1	17,6	30,4	0,1	(33,9)
15	Pendapatan Komprehensif Lain	11,2	16,1	(3,5)	(5,2)	3,0
16	Jumlah Laba (Rugi) Komprehensif	28,3	33,7	10,3	(5,1)	(31,0)

Data dalam Miliaran Rupiah

*Data unaudited

Kinerja Sosial

a. Komitmen Memberikan Pelayanan atas Layanan Produk dan Jasa Yang Setara Kepada Konsumen

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

b. Bagian Ketenagakerjaan

Perusahaan berkomitmen untuk selalu menerapkan praktek kesetaraan dalam bekerja, dimana dalam proses perekrutan tidak memandang adanya perbedaan jenis kelamin, suku, ras, budaya dan agama. Perusahaan juga berkomitmen untuk tidak mempekerjakan pekerja dibawah umur sebagaimana telah diatur oleh Undang-undang. Pada tahun 2023, Perusahaan mencatatkan telah memberikan pengupahan lebih tinggi dari ketentuan yang ditetapkan oleh Pemerintah Daerah dengan rata-rata 21,02%.

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

Tahun	Jumlah
2015	1 Orang
2016	1 Orang
2017	1 Orang
2018	1 Orang
2019	1 Orang
2020	1 Orang
2021	-
2022	1 Orang
2023	1 Orang

c. Bagian Sosial dan Masyarakat

Sebagai kontribusi kepada masyarakat selama tahun 2018 hingga 2023, Perusahaan telah menjalankan program CSR dengan pembangunan RPTRA, PUSPA dan kegiatan literasi dan inklusi keuangan dengan rincian sebagai berikut:

Tahun	Proyek	Rincian Kegiatan
2018	-	Tidak ada
2019	1. Teman Mudik Hanwha	Kegiatan ini dilakukan sebagai bagian dari kegiatan literasi Asuransi kepada masyarakat Indonesia. Kegiatan ini dilakukan melalui pemberian Asuransi Jiwa selama perjalanan mudik tahun 2019 yang diberikan secara gratis kepada 932 orang yang dilakukan di area Jabodetabek, Semarang dan Medan
	2. Hanwha Buddy	Hanwha Buddy yang merupakan komunitas peduli sosial yang beranggotakan karyawan perusahaan, melakukan 2x kegiatan perawatan area RPTRA Jaka Teratai yang telah berdiri pada tahun 2017 yang lalu. Kegiatan ini adalah bentuk aksi kelanjutan dari perusahaan untuk terus merawat dan menjalin hubungan dengan masyarakat sekitar RPTRA.
2020	1. RPTRA Anggrek Rawasari	Keberlanjutan aksi sosial perusahaan terhadap keluarga dan anak-anak dibuktikan melalui pembangunan proyek ke-2 RPTRA di area Jakarta Pusat. Penunjukan lokasi dilatar belakangi oleh area sekitar RPTRA yang merupakan area tinggal dan sekolah yang tidak memiliki tempat yang layak untuk anak-anak berkegiatan terutama seusai sekolah. Area yang sebelumnya merupakan tempat pembuangan sampah, kini diubah menjadi area bermain ramah anak. Area yang sudah disiapkan sejak akhir 2019, akhirnya secara resmi selesai pembangunannya pada Juli 2020.
	2. Donasi Hanwha Budd	
	3. RPTRA Kayumas	

		<p>Sasaran program ini adalah anak-anak dengan kegiatan belajar dan bermain bersama Hanwha Buddy.</p> <p>Selain literasi, Hanwha Life Indonesia juga mensosialisasikan pentingnya menjaga Kesehatan badan. Pada kesempatan ini Hanwha Life Indonesia melakukan tes Kesehatan yang diperuntukkan bagi orang tua yang mendampingi anak-anak yang hadir pada saat itu, dengan bekerjasama dengan salah satu rumah sakit swasta.</p>
	2. Menabung Untuk Masa Depan	<p>Hanwha Life Indonesia mengadakan Literasi Keuangan untuk anak-anak di RPTRA Kayu Mas, Pulogadung, Jakarta Timur yang bertemakan “Menabung Untuk Masa Depan”. Kegiatan ini mengajak anak-anak untuk mengetahui pentingnya literasi keuangan yang diperoleh sejak dini untuk menunjukkan perlunya pendidikan keuangan yang terintegrasi dalam kurikulum pendidikan, serta dukungan dari keluarga dan komunitas untuk mengembangkan keterampilan keuangan yang kuat sejak usia dini.</p>
	3. Generasi Muda Pintar: Mengasah Pengetahuan Keuangan Untuk Masa Depan	<p>Bekerja sama Universitas UHAMKA, Hanwha Life Indonesia mengadakan literasi dan inklusi keuangan pada Kamis, 12 Oktober 2023, bersama para mahasiswa/i dari Fakultas Ekonomi & Bisnis UHAMKA.</p>
	4. Menuju Indonesia Maju Melalui Literasi & Inklusi Keuangan	<p>Hanwha Life Indonesia berkolaborasi dengan <i>partner</i> dalam kegiatan Finansial Literasi dan Inklusi Keuangan dengan APINDO Kalimantan Timur dan Ciptadana Asset Management Kamis, 12 Oktober 2023, di Balikpapan</p>

Tanggung Jawab Pengembalian Produk dan / atau Jasa Keuangan Berkelanjutan

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

Pada tahun 2023, Perusahaan sudah melakukan beberapa inisiatif dalam pengembangan produk-produk baru sebagai berikut:

1. Pelaporan persetujuan produk baru (Rider) Hospital Cash Plan tanggal 27 Februari 2023 yang kemudian baru disetujui pada tanggal 14 Juli 2023.
(Rider) Hospital Cash Plan merupakan produk asuransi tambahan yang memberikan manfaat berupa santunan harian dan/atau santunan pembedahan jika tertanggung dirawat di Rumah Sakit. Asuransi tambahan ini dapat dilekatkan pada produk tradisional maupun produk unit link. Produk ini memiliki masa asuransi 1 tahun dan dapat diperpanjang hingga tertanggung berusia 65 tahun.

2. Pelaporan persetujuan produk baru Hanwha Ultimate Smart Saving tanggal 3 April 2023 yang kemudian baru disetujui pada tanggal 14 Juli 2023.

Hanwha Ultimate Smart Saving merupakan produk asuransi dasar dwiguna yang memiliki manfaat meninggal dunia baik karena kecelakaan atau meninggal dunia secara alami serta manfaat hidup berupa akumulasi nilai dana pada akhir tahun polis ketiga. Produk ini memiliki masa asuransi 5 tahun dengan pilihan cara bayar sekaligus atau berkala selama 3 tahun.

3. Pelaporan persetujuan produk baru Hanwha Personal Accident tanggal 5 April 2023 yang kemudian baru disetujui pada tanggal 14 Juli 2023.

Hanwha Personal Accident merupakan produk asuransi kecelakaan diri yang manfaat utamanya adalah meninggal dunia karena kecelakaan serta dapat ditambahkan dengan manfaat ketidakmampuan atau manfaat penggantian biaya perawatan di Rumah Sakit karena kecelakaan. Produk ini memiliki beragam masa asuransi mulai dari 7 hari hingga 12 bulan serta dapat dibeli langsung oleh calon nasabah melalui halaman website Perusahaan.

b. Evaluasi Produk Asuransi Tahun 2023

Pada tahun 2023, Perusahaan telah melakukan peninjauan ulang terhadap portfolio produk yang dimiliki berkaitan dengan telah berlakunya secara penuh Surat Edaran OJK No. 5/SEOJK.05/2022 mengenai Produk Asuransi Yang Dikaitkan Dengan Investasi (PAYDI) sehingga Perusahaan lebih memfokuskan pengembangan produk tradisional dengan tetap mengembangkan produk PAYDI yang sesuai dengan regulasi yang berlaku. Hal ini dilakukan agar masyarakat dan khususnya kepada calon nasabah dapat memiliki pilihan yang beragam dalam memilih produk asuransi yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

Layanan Pengaduan

PT Hanwha Life Insurance Indonesia ("Hanwha Life") menyediakan beragam media komunikasi bagi Nasabah untuk mengakses informasi Polis yang dimiliki dan menyampaikan permintaan atau pengaduan terkait Polis dan layanan yang dimiliki. Berikut media yang tersedia bagi Nasabah :



Hanwha Life Care Line
0800-111-8877 (toll free)
Senin-Jumat 08.30 – 17.30 WIB
(Di luar hari libur nasional)



Whatsapp
0811-1371-0100



E-mail
care@hanwhalife.co.id



**Aplikasi Portal
Perlindungan Konsumen
(APPK) OJK**
www.kontak157.ojk.go.id



Website
www.hanwhalife.co.id



Walk in Customer Care
World Trade Center (WTC)
Building 1, Lantai 12,
Jl. Jend. Sudirman Kav. 29,
Jakarta 12920
Senin-Jumat 08.30 – 17.30 WIB
(Di luar hari libur nasional)



Apps
HanwhaSmart
(Android & Ios)

Dokumen yang dibutuhkan untuk penyampaian pengaduan secara tertulis:

1. Formulir Komplain yang sudah diisi lengkap
2. Fotokopi Kartu Tanda Penduduk (KTP) Pemegang Polis, untuk nasabah Warga Negara Asing: fotokopi Passport dan Kartu Izin Tinggal Terbatas (KITAS)
3. Apabila yang menyampaikan pengaduan bukan Pemegang Polis, maka wajib menyertakan Surat Kuasa bermeterai Rp 10.000,- dari Pemegang Polis kepada penerima kuasa, dan fotokopi Kartu Tanda Penduduk (KTP) Penerima Kuasa
4. Dokumen pendukung lainnya yang berhubungan / relevan atas pengaduan yang dipandang perlu oleh Hanwha Life

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

PT Hanwha Life Insurance Indonesia berizin dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan



**Pengaduan tidak
dipungut biaya
apapun!**

Publikasi Penanganan Pengaduan

Periode : Januari - Desember 2023

PT Hanwha Life Insurance Indonesia

No.	Jenis Transaksi Keuangan	Selesai		Dalam Proses		Tidak Selesai		Jumlah
		Jumlah	Presentase	Jumlah	Presentase	Jumlah	Presentase	Pengaduan
1	Permintaan Pengembalian Premi	2	100	0	0	0	0	2
2	Pencairan Klaim Ditolak	1	100	0	0	0	0	1
3	Data Tidak Akurat	3	100	0	0	0	0	3
4	Kesulitan Klaim	4	100	0	0	0	0	4
5	Pemulihan Polis	6	100	0	0	0	0	6
6	Pembatalan / Penutupan Polis	1	100	0	0	0	0	1
7	Pembayaran Premi	2	100	0	0	0	0	2
Total								19

Laporan layanan pengaduan nasabah telah dibuat sesuai dengan Peraturan OJK No. 22 Tahun 2023 tentang Pelindungan Konsumen dan Masyarakat di Sektor Jasa Keuangan.