



MAKE IT HAPPEN

Hanwha jadi nyata

Annual Report 2020



Daftar Isi

| Table of Contents

Hanwha Life Indonesia Tagline Hanwha Life Indonesia Tagline	03
Pesan Dari Direktur Utama & CEO Message from President Director & CEO	04
Pernyataan Tanggung Jawab Statement of Responsibility	06
Visi Misi & Nilai-nilai Perusahaan Vision Mision & Corporate Values	07
Logo Perusahaan Company Logo	09
Testimoni Karyawan Employee Testimonial	10
Merek Lifeplus Lifeplus Brand	11
Profil Perusahaan Company Profile	13
Sekilas Tentang Hanwha Hanwha Life at a Glance	15
Struktur Organisasi Organizational structure	16
Partner Pendukung Supporting Partners	17
Produk Perusahaan Company Product	18
Tata Kelola Perusahaan Corporate Governance	19
Sistem Pengendalian Internal Internal Control System	23
Sistem Pengendalian Risiko Risk Control System	25
Budaya Perusahaan Corporate Culture	28
Kanal Distribusi dan Hasil Penjualan Distribution Channels and Sales Results	32
Fungsi Pengawasan Dewan Komisaris Supervisory Function of the Board of Commissioners	34
Kendala yang Dihadapi Perusahaan Challenges Faced by Company	36
Penghargaan Award	38
Peristiwa Penting 2020 Important Event 2020	39
Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Corporate Social Responsibility	59
Profil Dewan Komisaris Board of Commissioners Profile	61
Profil Direksi Board of Directors Profile	63
Remunerasi Direksi dan Dewan Komisaris Remuneration for the Board of Directors and the Board of Commissioners	66
Pejabat Perusahaan Chief of the Company	68
Komite di Bawah Pengawasan Dewan Komisaris, Direksi dan Unit Kerja Committees Under Board of Commissioners, Board of Directors Supervision and Working Units	70
Laporan Keuangan Financial Statements	79
Lokasi Kantor Office Location	82

Hanwha Life Indonesia Tagline

| Hanwha Life Indonesia Tagline

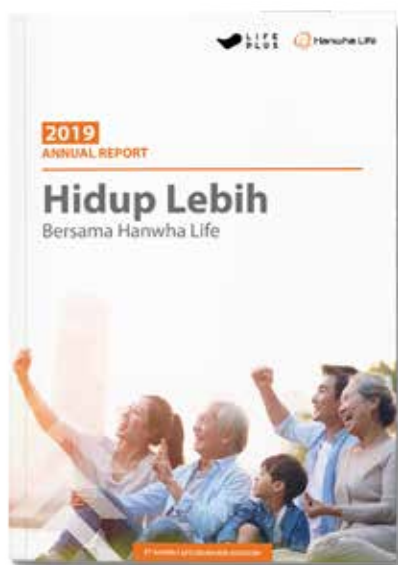


Semua orang memiliki kebutuhan berbeda-beda dalam hidupnya. Dengan semangat kedinamisan, Hanwha menjangkau kebutuhan para nasabah dengan menawarkan variasi produk yang luas, yang dapat memenuhi kebutuhan-kebutuhan tersebut.

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 membuka kesempatan menuju masa depan yang lebih baik, dengan terus membangun jalan bagi para stakeholders 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.

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.



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

Hanwha 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.

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.

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.

Pesan Dari Direktur Utama & CEO

| Message from President Director & CEO



Kepada yang terhormat nasabah, agent dan karyawan Hanwha Life Indonesia, Sebelumnya saya harap anda beserta keluarga sehat selalu.

To our valued customers, agents and employees of Hanwha Life Indonesia, I wish you and your family are always in good health.

Di awal tahun 2020, pandemi virus corona melanda seluruh dunia termasuk Indonesia, sehingga menyebabkan banyak perubahan yang belum pernah kita alami sebelumnya. Walaupun vaksinasi sudah dimulai pada tahun 2021, kita masih dihadapkan dengan berbagai varian baru dari virus corona ini. Ketika mendengar dan mengetahui keluarga, teman, dan orang sekitar ada yang terpapar virus corona bahkan sampai meninggal karena virus ini tentunya membuat kita sedih dan dihantui rasa takut.

In early 2020, the global pandemic of coronavirus including Indonesia, has caused many changes we never experienced before. Although we started getting vaccines in 2021, we are still in trouble with the emergence of various mutation viruses. When we see or heard my beloved family or friends or neighbors caught corona or someone passed away because of it, we are overwhelmed with fear and anxiety

Akan tetapi, saya percaya bahwa “krisis” corona dapat menjadi sebuah “kesempatan” untuk mengubah cara bekerja, sistem dan proses hidup menjadi lebih sehat. Dapat bertemu rekan kerja secara langsung tentunya adalah hal yang sangat membahagiakan, akan tetapi kita harus mengedepankan kesehatan dan beralih untuk memilih bertemu secara daring. Untuk memastikan keselamatan nasabah, kami juga mendorong para agen untuk tidak bertemu dengan nasabah secara langsung dan lebih mendorong penggunaan e-submission. Selain itu, memastikan para agen kami melakukan kelas training sales secara daring dari rumah bukan di kantor pemasaran. Semua perubahan ini kami lakukan untuk memastikan seluruh karyawan dan para agen dapat bekerja dengan rasa aman.

However, I believe this corona “crisis” could become an “opportunity” as we change our work flow, system and process to have a more healthy life. Having a face to face meeting with coworkers is always a great thing to do, yet for safety reason we have to refrain from meeting and replace it with online meeting. To ensure the safety of our customer, instead of meeting customer in person to fill out and sign documents we have to confidently choose to do e-submission. Making sure our agents secure an online sales training at home not in the sales office. All this changes has to be made, so all of our employee and agents can have a safe working environment.

Hanwha Life Indonesia sedang melakukan perubahan yang dibutuhkan untuk memastikan semua pihak (Nasabah Asuransi, Agen, dan Karyawan) mendapatkan rasa aman ditengah pandemi. Identitas yang kami pegang sebagai

'Life Pluser' adalah untuk memastikan hidup yang lebih baik bagi semua nasabah. Meskipun Hanwha Life merupakan perusahaan 2020 Annual Report asuransi terbesar kedua di Korea, di Indonesia Hanwha Life Indonesia merupakan perusahaan baru. Namun demikian, mengingat Hanwha Life Indonesia merupakan perusahaan dengan tingkat RBC terbaik, saya yakin bahwa Hanwha Life Indonesia merupakan perusahaan tersehat yang dapat anda percaya untuk berasuransi.

Hanwha Life Indonesia is in the progress of making the necessary changes to secure a safe environment for all parties (Insurance Customer, Agents, and Employee) amidst the pandemic. Our identity as 'Life Pluser' is to ensure a better life of each and every customer. Although, Hanwha Life is the second-largest insurance company in Korea, in Indonesia Hanwha Life is a new company. However, as the top life insurance company based on RBC, I am confident that Hanwha life Indonesia is the healthiest company where you can trust and leave your insurance assets.

Saya bersama seluruh Agen bekerja sangat keras untuk mencapai visi kami menjadi satu dari 10 perusahaan Asuransi Jiwa terbaik pada lini keagenan di Indonesia pada tahun 2023.

Together will all Agents, we are working very hard to achieve our long-term vision in becoming top 10 Life Insurance Company in agency channel by 2023.

Hanwha Life Indonesia akan menjadi "Life Pluser" bagi anda dan kita semua.
Tetap jaga kesehatan, kami selalu bersama anda.

*Hanwha Life Indonesia always thrive to be "Life Pluser" for all around.
Always be healthy, we will always be together.*

Direktur Utama & CEO
President Director & CEO
YEOM KYUNG SEON



Jajaran Direksi Hanwha Life Indonesia
| Board of Directors Hanwha Life Indonesia



Pernyataan Tanggung Jawab

| Statement of Responsibility

Laporan Tahunan Tahun Buku 2020 dan informasi lain yang terkait merupakan tanggung jawab penuh manajemen PT Hanwha Life Insurance Indonesia ("Hanwha Life") serta dijamin kebenarannya oleh seluruh anggota Direksi dan Dewan Komisaris dengan membubuhkan tanda tangannya masing-masing dibawah ini.

Annual Report fiscal year 2020 and other relevant information are the sole responsibility of management of PT Hanwha Life Insurance Indonesia ("Hanwha Life") and its truth is guaranteed by all members of the Board of Directors and Board of Commissioners by gives each respective sign as below.

Semua informasi yang disajikan dalam laporan tahunan oleh Hanwha Life untuk tahun 2020 telah dimuat secara lengkap dan benar serta tidak menghilangkan informasi atau data material.

All information presented in the annual report by Hanwha Life for the year 2020 have been fully and properly and do not omit material information or data.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan data sebenarnya.

This statement was made with actual data.

30 Juni 2021/ 30 June 2021

DEWAN KOMISARIS BOARD OF COMMISSIONERS

AMRAN NANGASAN
KOMISARIS INDEPENDEN
INDEPENDENT COMMISSIONER

KIM JUN IL
KOMISARIS UTAMA
PRESIDENT COMMISSIONER

MUHAMAD ICHSAN
KOMISARIS INDEPENDEN
INDEPENDENT COMMISSIONER

DIREKSI BOARD OF DIRECTORS

YEOM KYUNG SEON
DIREKTUR UTAMA
PRESIDENT DIRECTOR

KWON GI HAN
DIREKTUR
DIRECTOR

RR FRANCISCA M RUSWITA
DIREKTUR
DIRECTOR

ALEXANDER FEBRIANO WIDJANARKO
DIREKTUR KEPATUHAN
COMPLIANCE DIRECTOR

Visi Misi & Nilai - nilai Perusahaan

| Vision Mision & Corporate Values



Visi | Vision

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

To become one of the best Life Insurance company in agency channel in Indonesia by year 2023



Misi | Mission

- Menyediakan produk, layanan dan budaya yang lebih baik dari hari ke hari
To provide products, services and better culture from time to time
- Melayani dengan segenap pikiran, hati dan kekuatan
To serve with all of our heart, mind and strength
- Menjadi 'Life Pluser' yang menambah kebahagiaan dalam hidup nasabah, rekan bisnis dan karyawan
To be a "Life Pluser" that can give additional happiness to customers, business partners and employee
- Sebagai "Life Pluser" yang memberikan tambahan kebahagiaan di dalam hidup
As a "Life Pluser" who add happiness in life.



Filosofi | *Philosophy*

- **Kepercayaan | *Trust***
Keyakinan yang tercipta dari janji yang dipenuhi
Trust gain from the promise fulfilled
- **Kesetiaan | *Loyalty***
Menghargai setiap hubungan yang ada dan bersedia untuk memenuhi setiap tanggung jawab yang muncul
To value every relationship and willing to fulfill the responsibilities



Nilai – Nilai Perusahaan | *Core Values of the Company*

- **Challenge**
Mengejar keunggulan dengan terus berinovasi dan tidak cepat berpuas diri
Pursuit the excellence by keep innovating and not complacent
- **Dedication**
Menjaga hubungan dengan rekan kerja, Perusahaan dan pelanggan serta berkomitmen untuk mencapai tujuan yang lebih besar
To maintain relationship with co-workers, Company and Customers also willing to commit in achieving greater goal
- **Integrity**
Patuh terhadap ketentuan yang ada, tidak memihak dan bangga ketika melakukannya
To comply with the existing provisions, not taking side and proud in doing it

Logo Perusahaan

| Company Logo

Tiga Lingkaran Hanwha

| Hanwha Tricycle



Komposisi

Composition

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

Consists of 3 circles without boundaries that continue to grow and develop through change and innovation

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 symbolize our core values, vision and business: trust, respect and innovation. It also symbolizes Hanwha's development into a global corporation that contributes equally to the growth of customers, the environment and the community.

Ekspresi

Expression

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

The Hanwha logo harmoniously expresses and also shows the dynamic energy of the tricircle that continues to grow and grow without limits.



Testimoni Karyawan

| Employee Testimonial



Selama bekerja di Hanwha Life, Saya bisa memperoleh banyak ilmu dari senior-senior yang lebih berpengalaman. Terutama saya bekerja di divisi Digital Transformation, kami banyak melakukan inovasi untuk memberikan yang terbaik kepada nasabah. Sangat menyenangkan untuk bisa tumbuh Bersama Hanwha Life dan juga orang-orang didalamnya.

During my employment in Hanwha Life, I can learn a lot from the more experienced seniors. Especially I work in the Digital Transformation division, we do a lot of innovation to give the best to our customers. It is very exciting to be able to grow with Hanwha Life and the people in it.

Nonni Fermani Ayuliati - Digital Transformation & Strategic Sales Implementation



People Development dan Trust, kedua hal tersebut yang paling saya rasakan selama bekerja di Hanwha Life. Bagi saya seorang Ibu yang bekerja, memiliki tantangan tersendiri di saat harus bekerja dan meninggalkan anak seharian, tetapi dengan suasana bekerja yang hangat dan bersifat kekeluargaan di Hanwha Life, maka tantangan tersebut dapat saya minimalisir. Dalam perjalanan waktu, saya melihat Hanwha Life memiliki banyak perubahan dan berkembang dengan signifikan. Saya berterima kasih atas kepercayaan dan kesempatan yang diberikan kepada Saya untuk dapat melihat dan merasakan semua perubahan dan perkembangan tersebut.

Go Hanwha Grow.. Be Top 10 Agency in 2023.. Daebak..!!!

People Development and Trust, those two things that I feel the most while working at Hanwha Life. For me as the working mom, it is very challenging when I have to work and leave my kids whole day long, but with the warm and sense-of-family working atmosphere in Hanwha Life, then I can minimize such challenge. As time goes by, I saw that Hanwha Life has been significantly improved and transformed. I am honoured for the trust and opportunity for me to see and feel all of that improvements and transformations.

Go Hanwha Grow.. Be Top 10 Agency in 2023.. Daebak..!!!

Flora Ansela - Marketing Planning



Deskripsi suasana kerja di Hanwha Life adalah seperti filosofi Bhinneka Tunggal Ika. Walaupun berbeda Departement dan Divisi di perusahaan ini, tetapi tetap satu tujuan. One for all - all for one , one team one dream. Semoga Hanwha Life dapat berkembang menjadi lebih baik serta terus menjadi lingkungan kerja yang kondusif dan bermanfaat bagi kita semuanya.

Working environment in Hanwha Life can be described as the philosophy of Unity in Diversity. Even though there are several different Departments and Divisions in the company, but we only have one purpose. One for all - all for one , one team one dream. I hope that Hanwha Life can grow and continuously be the conducive and beneficial working environment to all of us.

Billy Leliansyah - Policy Owner Service (POS) Individu



Selama bergabung bersama Hanwha Life, bertumbuh dan berkembang adalah hal yang paling saya rasakan. Memiliki kolega yang bekerja secara professional dengan ikatan seperti keluarga, adalah suatu keistimewaan tersendiri bagi saya. Hanwha Life mempunyai visi yang besar untuk menjadi salah satu perusahaan asuransi jiwa terbaik di Indonesia. Saya bangga untuk bisa menjadi bagian Hanwha Life dalam mewujudkan visi besar tersebut. Ayo 2023 !!!

In joining Hanwha Life, growth and development are what I feel the most. To have the professional colleague with the family-like bond is the special privilege for me. Hanwha Life has the great vision to be one of the best life insurance company in Indonesia. I am grateful to be the part of Hanwha Life in achieving such great vision. Go 2023 !!!

Arnold Simanjuntak - Accounting & Collection

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
BRAND MISSION	: <i>Life Enhancing</i>
ESENSI MEREK	: Hidup sebagai pelayanan
BRAND ESSENCE	: <i>Life as a service</i>
SLOGAN MEREK	: Hidup bertemu kehidupan
BRAND SLOGAN	: <i>Life Meets Life</i>
NILAI MEREK	: Kesehatan Holistik (Finansial, Fisikal, Mental, Inspirasional)
BRAND VALUE	: <i>Holistic wellness (Financial, Physical, Mental, Inspirational)</i>



Profil Perusahaan

| Company Profile

Nama Perusahaan | *Company Name*
PT Hanwha Life Insurance Indonesia

Nama Secara Umum | *Familiar Name*
Hanwha Life Indonesia

Aktivitas Usaha | *Line of Business*
Asuransi Jiwa dan Kesehatan
Life and Health Insurance

Tanggal Pendirian Perusahaan | *Date of Establishment*
17 Januari 1994
17 January 1994

Tanggal Peresmian Hanwha Life Indonesia | *Date of Company Official Activities*
24 Oktober 2013
24 October 2013

Dasar Hukum Pendirian | *Legal Basis of Establishment*
Akta No. 11 yang dibuat dihadapan Ny. Nany Werdiningsih 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 Werdiningsih Sutopo on 17 January 1994 and ratified by the Minister of Justice and Human Rights No. C2-11658.HT.01.01.TH.94 dated 3 August 1994

Perubahan Nama | *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

Izin Usaha Perusahaan | *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 Pada Tahun 2020 | Number of Employees 2020

188 Karyawan

188 Employees

Alamat Kantor Pusat | Head Office Address

World Trade Centre 1, Lantai 12, Jl. Jenderal Sudirman Kav. 29, Karet, Setiabudi, Kota Administrasi Jakarta Selatan

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

Situs Web Perusahaan | Company Website

www.hanwhalife.co.id

Pihak Yang Dapat Dihubungi | Contact Address

legal@hanwhalife.co.id

care@hanwhalife.co.id

Tel: (+62) 21 50816111

Media Sosial | Social Media

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

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

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

Lindkedin: [Hanwha Life Insurance Indonesia](https://www.linkedin.com/company/HanwhaLifeInsuranceIndonesia)

DATA PERUSAHAAN | CORPORATE DATA

Susunan Pemegang Saham

Shareholders Composition

Nama Pemegang Saham <i>Shareholder's Name</i>	Rupiah <i>Indonesian Rupiah</i>	Presentase <i>Percentage</i>
Hanwha Life Insurance Co. Ltd.	2.171.400.000.000	99,61%
PT Wanteg Selaras Alam	8.600.000.000	0,39%
Total	2.180.000.000.000	100%

Sekilas Tentang Hanwha Life

Hanwha Life at a Glance

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

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

Korea Life bergabung dengan Hanwha Group pada 12 Desember 2002

Korea Life joins with Hanwha Group on December 12th 2002

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

2013

2012

2005

2003

2002

1994

1946

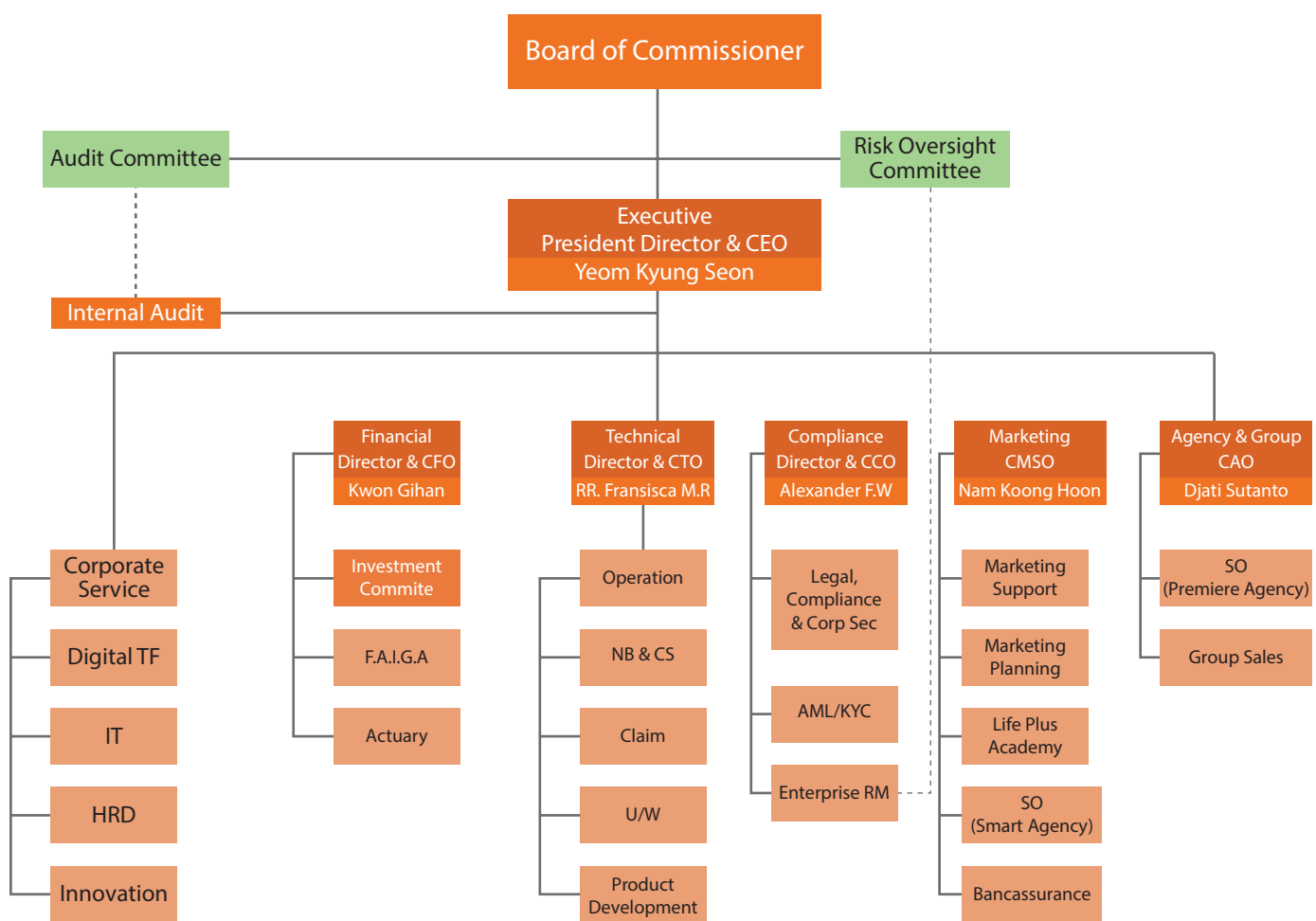
Korea Life mengubah nama menjadi Hanwha Life Insurance pada tanggal 9 Oktober 2012 dengan visi "A Global Insurance Company, Growing Together With Customers"
On 9 October 2012, Korea Life changed the name into Hanwha Life Insurance with vision of "A Global Insurance Company, Growing Together With Customers"

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

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.

Struktur Organisasi

Organizational Structure



Partner Pendukung

| Supporting Partners

1. PT Reasuransi Nasional Indonesia



5. AdMedika



2. PT Maskapai Reasuransi Indonesia, Tbk



6. IA International Assistance SDN. BHD.



3. PT Tugu Reasuransi Indonesia



7. PT Dutagriya Sarana



4. PT Reasuransi Indonesia Utama



Produk Perusahaan

Company's Product

Sepanjang tahun 2020, Perusahaan meluncurkan beberapa pilihan produk asuransi baru yang diharapkan dapat menjangkau semua segmen masyarakat di Indonesia. Pilihan produk tersebut adalah Hanwha Golden Life Plan A & Plan B, serta Asuransi Hanwha Bucket List Plan yang mana ketiganya telah terdaftar dan disetujui oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

Throughout 2020, Company has launched several new insurance product which are expected to reach all segments of customers. The said products which are Hanwha Golden Life Plan A & Plan B, as well as Asuransi Hanwha Bucket List Plan have been registered and approved by the Financial Services Authority (OJK).

No	Nama Produk	Produk	Deskripsi	Kanal Distribusi	Periode
1.	Hanwha Golden Life Plan A	Whole Life	Asuransi Whole Life dengan nilai tunai terjamin	Keagenan	Juli 2020
2.	Hanwha Golden Life Plan B	Whole Life	Asuransi Whole Life dengan nilai tunai terjamin	Keagenan	Juli 2020
3.	Asuransi Hanwha Bucket List Plan	Personal Accident	Asuransi Kecelakaan dengan Pengembalian Premi	Digital	Maret 2020

Produk Hanwha Golden Life Plan merupakan produk asuransi Whole Life atau seumur hidup dimana nasabah cukup membayar premi sesuai dengan pilihan masa bayar yang ada dan Tertanggung akan mendapatkan perlindungan hingga usia 100 tahun. Produk asuransi ini diharapkan dapat menjadi produk yang kompetitif di pasar asuransi Indonesia, dengan kelebihan yang ditawarkan, seperti pengembalian nilai premi yang telah dibayarkan dan pengembalian Uang Pertanggungan apabila Tertanggung masih hidup hingga batas usia yang telah ditentukan.

Hanwha Golden Life Plan is a Whole Life insurance product where the customer only needs to pay a premium according to the available payment period options and the Insured will get protection until the age of 100 years. This insurance product is expected to be a competitive product in the Indonesia insurance market, with the benefits such as a refund of the premium that has been paid and a refund of the Sum Insured if the Insured is still alive until the predetermined age limit.

Selain itu, Perusahaan juga meluncurkan produk terbaru Asuransi Hanwha Bucket List Plan berupa produk asuransi personal accident atau kecelakaan dengan pengembalian premi setelah masa perlindungan asuransi berakhir. Produk ini dapat dibeli online secara langsung melalui website (koreaversikamu.co.id atau bucketlistplan.co.id) tanpa bantuan agen.

Company has also launched the latest product of Asuransi Hanwha Bucket List Plan which is a personal accident insurance with a premium refund after the insurance protection period ends. This product can be purchased online directly through the website (koreaversikamu.co.id or bucketlistplan.co.id) without the help of an agent.



Tata Kelola Perusahaan

| Corporate Governance

Hanwha Life Indonesia, sebagai 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 yang sehat bagi Perusahaan pada khususnya dan bagi pertumbuhan pasar asuransi jiwa di Indonesia pada umumnya.

As a life insurance company, Hanwha Life Indonesia 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 healthy growth for the Company in particular and for the growth of the life insurance market in Indonesia.

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

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.

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:

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. Keterbukaan | Transparency

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.

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.

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.

The said 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 | Accountability

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

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

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.

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 GCG implementation.

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.

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 Vision, Mission, and Company's value.

3. Pertanggungjawaban | Responsibility

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

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

Perusahaan bertanggungjawab 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.

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. Kemandirian | Independency

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.

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.

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.

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 | Equality and Fairness

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.

Principles that 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.

Untuk menjalankan prinsip-prinsip tersebut, di tahun 2020 ini, Perusahaan telah memiliki/melakukan hal-hal di bawah ini:

To implement such principles, in 2020, the Company has had/done the following:

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 tanggungjawabnya.

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. Kebijakan dan prosedur sesuai ketentuan yang berlaku, antara lain (i) Kode Etik, (ii) Kebijakan Anti-Fraud, (iii) GCG Guidelines, (iv) Board Manual.

Policies and procedures are in accordance with applicable regulations, including (i) Code of Ethics, (ii) Anti-Fraud Policy, (iii) GCG Guidelines, (iv) Board Manual.

3. Parameter internal pengukuran kepatuhan terhadap GCG (*Index Scoring GCG*) di Perusahaan dan telah melakukan penilaian sendiri (*self-assessment*) atas kepatuhan Perusahaan di tahun 2020 dengan beberapa indikator penilaian yaitu (i) Organ Perusahaan, (ii) Komite, (iii) Guidelines, (iv) Fungsi/Unit di Perusahaan dan (v) kewajiban pelaporan.

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 2020 with the following indicators, i.e., (i) Company's Organ, (ii) Committee, (iv) Guidelines, (iv) Function/Unit in the Company and (v) reporting obligations.

Berdasarkan indikator penilaian tersebut, pada tahun penilaian 2020, Perusahaan mendapatkan nilai 2,54, dimana nilai ini telah mengalami peningkatan jika dibandingkan dengan nilai yang diperoleh tahun 2019, yaitu 2,92. Adapun nilai 2,54 ini menandakan bahwa Perusahaan berada di pertengahan proses antara predikat Cukup Baik menuju ke predikat Baik (dengan parameter 1 Sangat Baik dan 5 Sangat Kurang). Nilai ini menandakan bahwa Perusahaan secara prinsip telah menerapkan GCG dengan relatif baik, namun demikian masih terdapat beberapa kekurangan yang perlu diperbaiki dan mendapatkan perhatian dari Perusahaan

Based on such indicator, in the assessment period of 2020, the Company received a score of 2.54, in which this score is improved compared with the score received in the year of 2019, i.e., 2.92. The score 2.54 shows that the Company is in the middle of process from the predicate of Fairly Good to become the predicate of Good (with parameter 1 Very Good and 5 Very Poor). This score indicates that Company has implemented GCG relatively good, however, there are still some shortcomings that need to be evaluated and get attention from the Company.

4. Penilaian sendiri atas Tingkat Kesehatan Perusahaan Tahun Buku 2020 sesuai dengan Peraturan OJK No.28/POJK.05/2020 tentang Penilaian Tingkat Kesehatan Lembaga Jasa Keuangan Non-Bank, dengan rincian di bawah ini:

Self-assessment of Company's Soundness Financial Year 2020 in relation to Regulation of OJK No. 28/POJK.05/2020 regarding Assessment of Soundness Level of Non-Bank Financial Institution with the following details:

Faktor Penilaian/Assessment Indicator	Peringkat/Rating
Profil Risiko/Risk Profile	2
Tata Kelola Perusahaan Yang Baik/Good Corporate Governance	2
Rentabilitas/Rentability	2
Permodalan/Capital	1
Peringkat Komposit Tingkat Kesehatan Perusahaan/Company's Soundness Composite Level	2

Tingkat Kesehatan Perusahaan untuk posisi Desember 2020 dinilai pada Peringkat 2. Kondisi ini mencerminkan bahwa Perusahaan secara umum Sehat sehingga dinilai mampu menghadapi pengaruh negatif yang signifikan dari perubahan kondisi bisnis dan faktor eksternal lainnya, tercermin dari peringkat faktor-faktor penilaian antara lain Profil Risiko, Penerapan Tata Kelola, Rentabilitas dan Permodalan yang secara umum baik. Dalam hal terdapat kelemahan, secara umum kelemahan tersebut kurang signifikan.

The Company's Soundness Level as of December 2020 is rated at Rank 2. This condition reflects that Company is generally Sound so that it is considered capable of facing significant negative effects from changes in business conditions and other external factors, as reflected in the ratings of assessment factors including Risk Profile, Implementation Governance, Profitability, and Capital are generally good. In the event that there are weaknesses, in general these weaknesses are less significant.



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:

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



Lini pertama (Unit Bisnis) | First Line (Business Unit)

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.

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



Lini kedua (Fungsi Manajemen Risiko) | Second Line (Risk Management Functions)

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.

This functions are 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.



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.

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.

Selama tahun 2020, 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 2021 yang telah disetujui oleh Komite Audit pada Rapat Komite Audit tanggal 18 Desember 2020.

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 2021 Internal Audit Annual Plan which was approved by the Audit Committee at the Audit Committee Meeting on 18 December 2020.



Sistem Pengendalian Risiko

| Internal Control System

- **Manajemen Risiko | Risk Management**

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.

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.

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.

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.

- **Kerangka kerja Manajemen Risiko | Framework of Risk Management**

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

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. Pengawasan Aktif Direksi dan Dewan Komisaris
Active supervision by the Board of Commissioners and Board of Directors
2. Kebijakan, Prosedur, Strategi dan Penetapan Limit
Adequacy risk management policy and procedures as well as risk limit setting

3. Kecukupan Proses Identifikasi, Pengukuran/Penilaian, Pemantauan, dan Pengendalian Risiko
Adequacy of risk identification, measuring, monitoring, and control processes
4. Sistem Informasi Manajemen Risiko
Risk management information system
5. Sistem Pengendalian Intern yang Menyeluruh
Comprehensive internal control system

- **Budaya Risiko | Risk Culture**

PT Hanwha Life Insurance 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.

PT Hanwha Life Insurance 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.

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.

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.

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.

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.

Strengthening risk management culture, through:

Strengthening risk culture by increasing risk awareness through series of risk culture awareness periodically.

- **Tiga Lini Pertahanan | Three Lines of Defense**

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:

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.

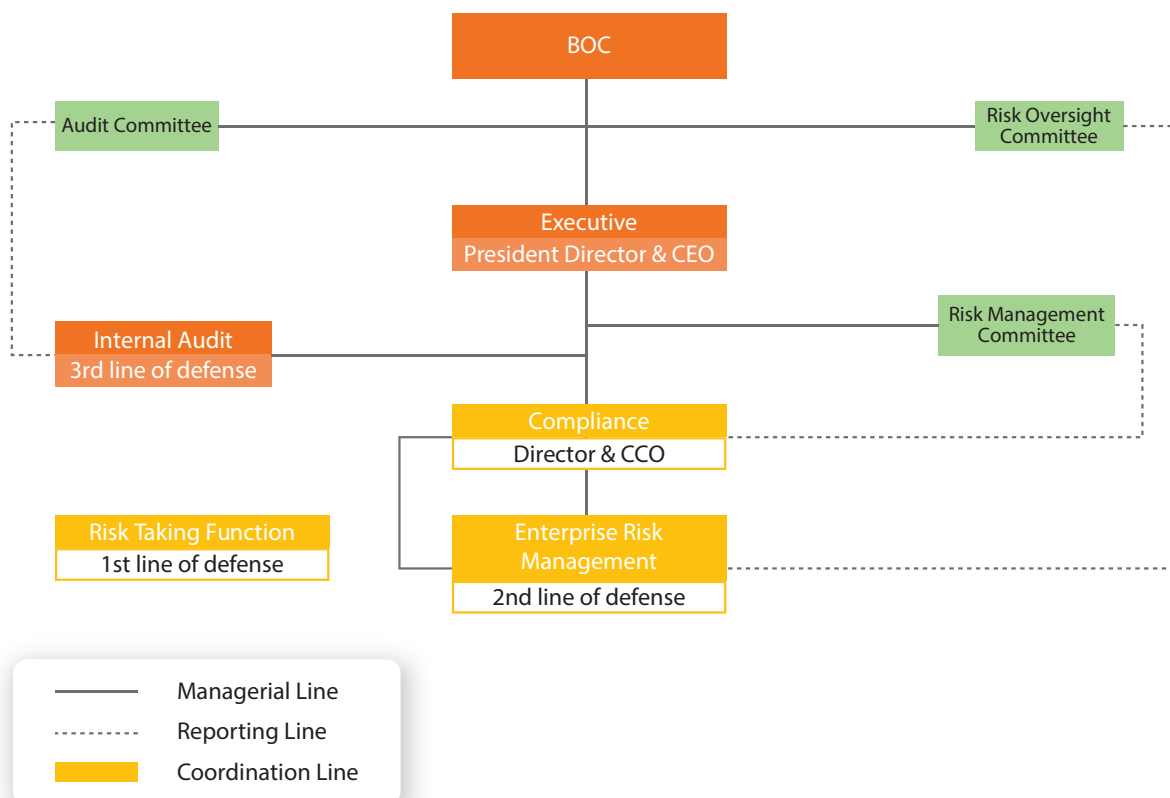
Implementation of Risk Management with the principle of 3 (three) levels of defense within the Company in the context of risk (3 lines of defense), as follows:

- a. **Jenjang pertama (1st lines of defense)**, yaitu fungsi bisnis dan operasional (*risk-taking function*);
The first level (1st lines of defense), specifically business and operational functions (*risk taking function*);
- b. **Jenjang Kedua (2nd lines of defense)**, yaitu fungsi Manajemen Risiko (*risk management function*); dan
The Second Level (2nd lines of defense), specifically the Risk Management function (*risk management function*); and
- c. **Jenjang Ketiga (3rd lines of defense)**, yaitu fungsi pengendalian internal yang dilaksanakan oleh fungsi audit internal (*internal audit function*).
The Third Level (3rd lines of defense) The internal control function is carried out by the internal audit function.

• **Struktur Organisasi Manajemen Risiko | Organizational Structure of Risk Management**

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.

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

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

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

Perusahaan telah memiliki berbagai kebijakan dan prosedur yang merupakan pedoman bagi karyawan atas *Corporate Culture* Perusahaan, antara lain Kode Etik dan Kebijakan Anti-Fraud. Tidak berhenti sampai di situ, sebagai bentuk sosialisasi dan untuk membangun kesadaran (*awareness*) bagi setiap pihak terkait, Perusahaan juga telah melakukan pelatihan online dan test mengenai Kode Etik kepada para karyawannya, baik karyawan baru maupun karyawan lama.

Company already has various policies and procedures which serve as guidelines for employees on the Corporate Culture of the Company, including the Code of Ethics and Anti-Fraud Policy. Not only that, as a socialization and to build awareness for all related parties, Company has also conducted training online and tests regarding the Code of Ethics to the employees, either for new or existing employees.

Selain itu, pada Desember 2020, segenap jajaran Direksi dan Pimpinan Perusahaan juga telah menandatangani "*Declaration of Integrity Ethic & Anti Bribery Commitment*" sebagai salah satu tone of the top untuk membangun kesadaran (*awareness*) seluruh karyawan atas *Corporate Culture* Perusahaan. "*Declaration of Integrity Ethic & Anti Bribery Commitment*" tersebut telah dicetak dan didistribusikan ke seluruh Kantor Pemasaran Perusahaan untuk dipajang dan menjadi perhatian bagi seluruh karyawan, agen dan pengunjung di Kantor Pemasaran Perusahaan.

In addition, in December 2020, the entire Board of Directors and Management of the Company have also signed the "Declaration of Integrity Ethic & Anti Bribery Commitment" as one of the top tones to build awareness of all employees on the Company's Corporate Culture. The "Declaration of Integrity Ethic & Anti Bribery Commitment" has been printed and distributed throughout all of Company's Sales Offices to be displayed and brought to the attention of all employees, agents and visitors at the Company's Sales Offices.

DECLARATION OF INTEGRITY ETHICS & ANTI BRIBERY COMMITMENT

PT HANWHA LIFE INSURANCE INDONESIA

Untuk menerapkan Tata Kelola Perusahaan yang Baik, seluruh Direksi dan Pimpinan PT Hanwha Life Insurance Indonesia ("Perusahaan") telah membuat Deklarasi Komitmen atas Integritas, Etika Bisnis dan Anti Penyuapan sebagai berikut:

1. Mematuhi peraturan dan hukum yang berlaku atas Perusahaan.
2. Berperan aktif dalam upaya internalisasi nilai dan budaya Perusahaan untuk menciptakan lingkungan kerja yang kondusif dan nyaman bagi seluruh Insan Perusahaan.
3. Mengupayakan harmonisasi hubungan Perusahaan dengan seluruh pemangku kepentingan Perusahaan, yakni pemegang saham, pemegang polis, pegawai, tenaga pemasar, mitra bisnis, masyarakat, dan pemerintah, sesuai asas kewajaran dan kesetaraan sebagaimana tertuang pada Panduan Tata Kelola Perusahaan.
4. Memahami dan menerapkan Kode Etik Perusahaan, serta melaporkan adanya tindakan pelanggaran Kode Etik Perusahaan melalui saluran yang tersedia.
5. Menciptakan lingkungan kerja yang bebas dari praktik Korupsi, Kolusi dan Nepotisme (KKN).
6. Memastikan setiap tindakan dan keputusan yang diambil tidak memberikan keuntungan untuk diri sendiri, kerabat, pihak terafiliasi lainnya, serta tidak melakukan hal lainnya yang dapat menyebabkan terjadinya benturan kepentingan.
7. Mendeklarasikan diri pada Perusahaan apabila memiliki potensi benturan kepentingan.
8. Mendorong partisipasi seluruh manajemen dan karyawan untuk mengikuti sosialisasi dan/atau pelatihan Kode Etik, Anti Fraud dan Anti Penyuapan dalam upaya meningkatkan integritas bisnis, dan bersedia memberikan arahan bagi karyawan ketika berada dalam situasi sulit.
9. Berperan aktif dalam mendeteksi dan mencegah terjadinya fraud di lingkungan kerja, serta melaporkan apabila menemui kejadian fraud kepada saluran yang tersedia.
10. Berperan aktif dalam mendeteksi dan mencegah terjadinya pemberian atau penerimaan hadiah dan hiburan yang dapat dikategorikan sebagai penyuapan dari/kepada nasabah, mitra bisnis, pihak ketiga ataupun Pemerintah, serta melaporkan apabila menemui kejadian penyuapan kepada saluran yang tersedia.
11. Menghindari segala transaksi dan tindakan yang termasuk dalam pencucian uang dan pendanaan terorisme.

7 Desember 2020

Segenap Jajaran Direksi dan Pimpinan PT Hanwha Life Insurance Indonesia



Yeom Kyung Seon
President Director



Kwon Gil Han
Director



Rr Francisca Roeswita
Director



Alexander F. Widjanarko
Compliance Director



Nam Kong Hoon
Chief Marketing Strategy Officer



Djati Sutanto
Chief Agency Officer



LIFE
PLUS



Hanwha Life

DECLARATION OF INTEGRITY ETHICS & ANTI BRIBERY COMMITMENT

PT HANWHA LIFE INSURANCE INDONESIA

To implement Good Corporate Governance, all Board of Directors and Chiefs of PT Hanwha Life Insurance Indonesia ("Company") have made a Declaration of Commitment to Integrity, Business Ethics and Anti-Bribery as follows:

1. Comply with the regulations and laws applicable to the Company.
2. Take an active role in the internalization of the Company's values and culture to create a conducive and comfortable work environment for all employees.
3. Striving for harmonization of the Company's relationships with all of the Company's stakeholders, namely shareholders, policyholders, employees, marketers, business partners, the community and the government, in accordance with the principles of fairness and equality as set out in the Corporate Governance Guidelines.
4. Understand and apply the Company's Code of Conduct, and report any violations of the Company's Code of Conduct through the provided channels.
5. Creating a work environment that is free from the Corruption, Collusion and Nepotism practices.
6. Ensure that any action and decision taken do not provide benefits for himself, relatives, other affiliated parties or will not do any action which could lead to a conflict of interest.
7. Declare to the Company if has a potential conflict of interest.
8. Encourage the participation of all management and employees in the socialization and / or training of the Code of Conducts, Anti-Fraud and Anti-Bribery in an effort to improve business integrity, and are willing to provide direction for employees when they are in difficult situations.
9. Take an active role in detecting and preventing fraud in the work environment, as well as reporting any fraud incidents to the provided channels.
10. Take an active role in detecting and preventing the giving or receiving of gifts and entertainment which can be categorized as bribery from / to customers, business partners, third parties or the Government, and to report any incident of bribery to the provided channels.
11. Avoid any transaction and any act that categorized as money laundering and terrorism financing.

7 December 2020

Board of Directors and Chiefs of PT Hanwha Life Insurance Indonesia



Yeom Kyung Seon
President Director



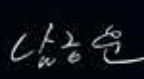
Kwon Gi Han
Director



Rr Francisca Roeswita
Director



Alexander F. Widjanarko
Compliance Director



Nam Kong Hoon
Chief Marketing Strategy Officer



Djati Sutanto
Chief Agency Officer



LIFE
PLUS



Hanwha Life

Sedangkan untuk membangun kesadaran karyawan atas *Risk Management Culture*, Perusahaan telah menerapkan *Risk Culture Awareness* pada seluruh karyawan secara berkala yang dikirimkan kepada seluruh karyawan melalui email blast.

Meanwhile, to build employee awareness of Risk Management Culture, Company has implemented Risk Culture Awareness to all employees via email blast which sent on a regular basis.



Fri 10/30/2020 10:24 AM

Risk <risk@hanwhalife.co.id>

Risk Culture Awareness: Three Lines of Defense - A Football Analogy

To All Users



Three Lines of Defense – A Football Analogy

Kanal Distribusi dan Hasil Penjualan

Distribution Channels and Sales Results

Dalam memasarkan produk asuransi, Perusahaan memiliki 4 (empat) kanal distribusi yang terdiri dari Keagenan (Agency), Bancassurance, Group Life & Health dan Digital. Perusahaan pun terus berupaya mengembangkan tiap kanal distribusinya.

In marketing the insurance products, Company has 4 (four) distribution channels consisting of Agency, Bancassurance, Group Life & Health and Digital. Company also continues to strive 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.

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.

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.

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.

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, meskipun ditengah berlangsungnya pandemi COVID-19 sepanjang tahun 2020, Perusahaan berhasil mencapai hasil penjualan yang cukup baik.

Through these four distribution channels, despite the ongoing COVID-19 pandemic throughout 2020, Company managed to achieve quite good sales results.

Channel Distribution		Total
AGENCY		
APE		42,617,550,260
FYP		30,114,042,230
GP		54,433,032,866
BANCA		
APE		1,522,034,000
FYP		1,639,536,000
GP		1,921,463,850
GROUP HEALTH		
APE		1,330,857,782
GP		13,308,577,824
DIGITAL (Asuransi Hanwha Bucket List Plan)		
APE		2,692,200,000
FYP		224,350,000
GP		3,292,585,000

Catatan/Note:

- Untuk Group hanya Group Health / *As for Group only Group Health.*
- FYP Group sama dengan GP karena Group tidak ada pembaruan / *Due to no renewal, FYP of Group it is the same as the GP*

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 2020, Dewan Komisaris Perusahaan telah melakukan hal-hal di bawah ini:

To implement its functions, throughout 2020, the Board of Commissioners has conducted the following:

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

Hold a meeting of the Board of Commissioners at least once in a month in accordance with applicable regulations;

Frekuensi rapat Dewan Komisaris yang diselenggarakan selama tahun 2020 adalah sebagai berikut:

The frequency of the Board of Commissioners meetings held during 2020 is as follows:

No	Nama / Name	Jabatan / Title	Jumah Rapat Komisaris (16 kali Rapat) / Numbers of Meeting (16 Meetings)		%Kehadiran / % Attendance
			Jumlah Kehadiran / Total Attendance		
			Fisik / Physical	Telekonferensi / Video / Konferensi / Sarana Media Elektronik Lainnya* / Telecoference / Video / Conference / Other Electronic Media*	
1.	Kim Jun IL	Komisaris Utama	-	15	93.75%
2.	Amran Nangsan	Komisaris Independen	1	15	100%
3.	Muhamad Ichsan	Komisaris Independen	1	15	100%

*) video konferensi 1 kali dan sirkular 14 kali
video conference once and circular 14 times

Catatan: Rapat tidak diadakan secara fisik karena adanya kondisi pandemic COVID-19 sesuai ketentuan POJK 14/2020 (jo. Surat OJK No. S-6/D.05/2020) sebagaimana diubah dengan POJK 58/2020.

Note: The meeting held virtually due to the COVID-19 pandemic in accordance with POJK 14/2020 (in conjunction with OJK Letter No. S-6/D.05/2020) as amended by POJK 58/2020.

2. Memberikan usulan kepada Rapat Umum Pemegang Saham terkait penunjukan Akuntan Publik dan/atau Kantor Akuntan Publik yang akan memberikan jasa audit Tahun Buku 2020;

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 2020 Fiscal Year;

3. Meninjau dan memberikan persetujuan atas Rencana Bisnis Perusahaan Tahun Buku 2021;

Review and approve the Company's Business Plan for the 2021 Fiscal Year;

4. Meninjau dan memberikan persetujuan atas Realisasi Rencana Bisnis Perusahaan Semester 1 dan Semester 2 Tahun 2020;

Review and approve the Realization of the Company's Business Plans for Semester 1 and Semester 2 of 2020;

5. Meninjau dan memberikan persetujuan atas Rencana Aksi Keuangan Berkelanjutan Tahun 2021;

Review and approve the 2021 Sustainable Finance Action Plan;

6. Menyiapkan Laporan Pengawasan Dewan Komisaris ke OJK.

Prepare the Supervisory Report of the Board of Commissioners to OJK.

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.

Moreover, the Company's Independent Commissioner also serves as a member of the Audit Committee and the Risk Oversight Committee within the Company as a supervisory function by the Board of Commissioners.





Kendala Yang Dihadapi Perusahaan

Challenges Faced by Company

Kendala yang dihadapi Perusahaan selama tahun 2020 sangat dipengaruhi oleh pandemi COVID-19. Dimana kondisi pandemi tersebut menghambat berbagai bidang usaha dan dampaknya pun dirasakan hampir seluruh lapisan masyarakat. Hal tersebut tentunya juga berpengaruh terhadap kinerja Perusahaan. Adapun berbagai kendala yang dihadapi Perusahaan, seperti:

The challenges faced by the Company during 2020 were mostly influenced by the COVID-19 pandemic. Where the pandemic conditions hindered various business sectors and impacted almost all levels of society. This kind of situation also affects the performance of the Company. The various challenges faced by the Company, such as:

1. Pembatasan kegiatan yang diakibatkan wabah COVID-19. Hal ini membawa akibat yang cukup signifikan dalam hal pencapaian target jumlah agen baru, target pembukaan kantor-kantor pemasaran baru dan kegiatan-kegiatan yang direncanakan dapat mendorong penjualan.

Restrictions on activities due to the COVID-19 pandemic. This has had a significant impact in terms of achieving the target number of new agents, the target for opening new marketing offices and planned activities to boost sales.

2. Berkurangnya daya beli masyarakat untuk membeli polis baru maupun melanjutkan polis yang sudah mereka miliki.

The decreasing of people's purchasing power to buy new policy or to continue their policy.

3. Volatilitas pasar modal dan pelemahan ekonomi pada umumnya telah menurunkan minat dan keyakinan calon nasabah untuk membeli produk asuransi. Calon nasabah cenderung menunggu (*wait and see*) kondisi perekonomian membaik.

The volatility of the capital market and the economic downturn have reduced the interest and confidence of prospective customers to purchase insurance products. Prospective customers tend to wait and see for the improvement of economic conditions.

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

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

- a. Menyediakan sarana dan prasarana yang dapat mendukung komunikasi antara tenaga penjual dan nasabah dengan cara *online*.

Provide infrastructure that supports online selling activity.

- b. Menyempurnakan dan menjalankan prosedur *work from home* bagi karyawannya untuk mengurangi risiko pandemi COVID-19 dengan tidak mengurangi kualitas layanan bagi nasabah.

Improves work from home procedures for its employee to minimize the risk of COVID-19 while keep the service level for customers.

- c. Melakukan disinfeksi ruangan kerja dan pemeriksaan kesehatan karyawannya secara rutin baik di kantor pusat maupun di kantor pemasaran.

Sanitize offices rooms and regular testing to its employee both in head and sales offices.

- d. Meluncurkan program-program penjualan yang lebih beragam untuk menarik minat nasabah/ calon nasabah.

Launched various sales programs to attract customers/ prospective customers.

- e. Mendorong lini penjualan yang berbasis *online* dengan mengembangkan fitur-fitur dan kerjasama dengan pihak ketiga.

Uplift sales with online platform by enhancing features and cooperation with 3rd parties.



Penghargaan

Awards



Infobank Digital Brand Awards

Digital Brand Awards 2020

Hanwha Life Insurance Indonesia mendapatkan peringkat ke-3 secara keseluruhan untuk kategori Perusahaan Asuransi Jiwa Konvensional populer di saluran digital. Hanwha Life Indonesia mendapatkan penilaian 'Sangat Positif' sebanyak 281 suara dari 769 komentar yang diberikan oleh warganet. Selain itu, pada acara Infobank Digital Brand Awards ini juga, Hanwha Life juga meraih Peringkat ke-1 untuk Asuransi Jiwa Konvensional dengan Premi Bruto dibawah Rp.250.000.000,- (Dua Ratus Lima Puluh Juta Rupiah).

Hanwha Life Insurance Indonesia received 3rd for Best Overall in Conventional Life Insurance category for its performance in digital channel. Hanwha Life Indonesia received 281 "Very Positive" votes out of 769 digital comment during 2019. Beside that, in this Infobank Digital Brand Awards as well, Hanwha Life received 1st for Conventional Life Insurance category with Gross Premium below IDR 250,000,000,- (Two Hundred Fifty Million Indonesian Rupiah).



TOP CSR Award

Infobank Digital Awards 2020

Kegiatan perusahaan sebagai bentuk Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) yang telah dilakukan sepanjang tahun 2019 membuahkan hasil yakni 2 penghargaan dari Media TOP Business. Dua penghargaan tersebut yakni TOP CSR Awards 2020 Bintang 4 dan TOP Leader on CSR Commitment 2020 yang diberikan kepada Yeom Kyung Seon selaku Direktur Utama Hanwha Life Insurance Indonesia. Penghargaan Bintang 4 ini diklasifikasikan dalam 5 tingkatan Level Bintang/Star yang dinilai berdasarkan kriteria, keselarasan CSR dengan strategi bisnis & penerapan CSV (Creating Shared Value), program CSR unggulan, tingkat adopsi CSR terhadap ISO 26000 social responsibility (SR) serta kebijakan dan sistem tata kelola CSR.

As actual action for Corporate Social Responsibility (CSR) during 2019, company has been awarded 2 Awards from TOP Business Media. Two awards are including TOP CSR Awards 2020 4 Stars and TOP Leader on CSR Commitment 2020 which given to Yeom Kyung Seon as CEO of Hanwha Life Indonesia. 4 Stars Awards was classified into 5 Stars level which include synchronization between CSR and business strategy & implementation of Creating Shared Value, Excellence CSR program, Adoption level of CSR activities on ISO 26000 Social Responsibility and policies and CSR governance systems



Peristiwa Penting 2020

Important Events 2020

Januari 2020 | January 2020

AGENCY KICK OFF 2020



Target di tahun ini yang ditargetkan untuk bisa mencapai 200% dari hasil performa di tahun 2019 atau sekitar Rp 61 miliar diberikan kepada tim Agency. Namun tentunya, dengan target yang diberikan tersebut, Hanwha Life melalui tim Marketing Support terus memberikan dukungan untuk bisa meraih hasil yang maksimal tersebut. Kontes-kontes yang diadakan di tahun sebelumnya, akan tetap dijalankan di tahun ini dan akan ada dukungan baru berupa skema kompensasi baru yang diharapkan tidak hanya menarik bagi para Agen pemasaran yang sudah bergabung dengan Hanwha Life, namun juga agen-agen baru yang nantinya akan bergabung bersama menjadi bagian dari Hanwha Life Indonesia.

This year's target, which is targeted to reach 200% of the performance results in 2019 or around 61 billion IDR, is given to the Agency team. But of course, with the given target, Hanwha Life through the Marketing Support team continues to provide support to be able to achieve maximum results. The contests that were held in the previous year, will continue to run this year and there will be new support in the form of a new compensation scheme which is expected to not only attract marketing Agents who have joined Hanwha Life, but also new agents who will later join together to be part of Hanwha Life Indonesia.

CAMPAIGN GO FURTHER, GO TOGETHER

Go Further,
Go Together

Di tahun 2020 ini Hanwha Life Indonesia menanamkan semangat Go Further, Go Together seperti pesan yang telah disampaikan oleh CEO Hanwha Life saat mengadakan kunjungannya di Indonesia akhir tahun 2019 kemarin.

In 2020, Hanwha Life Indonesia instills the spirit of Go Further, Go Together, as conveyed by the CEO of Hanwha Life during his visit to Indonesia at the end of 2019.

Semangat Go Further, Go Together ini diharapkan dapat meningkatkan kualitas kerja Hanwha Heroes dengan selalu berupaya untuk melakukan pekerjaan dengan sepenuh hati, ikhlas dan bahagia dengan menyadari kekuatan talenta dan minat dalam diri agar dapat menjadi yang terbaik dibidangnya serta memiliki sikap pantang menyerah.

The spirit of Go Further, Go Together is expected to improve the quality of work of Hanwha Heroes by always trying to do work wholeheartedly, sincerely and happily by realizing the power of talent and interest in oneself in order to be the best in their field and have an unyielding attitude.

FULL OF LOVE AT FIRST HAPPY HOUR IN 2020





Berbagi kasih dan kebahagiaan bersama rekan kerja selalu terasa berbeda terutama pada bulan penuh kasih di Februari ini. Acara yang dilakukan setiap 2 bulan sekali ini, selalu diharapkan bisa menjadi sarana dan waktu untuk bisa berkenalan dengan karyawan baru dan juga menjadi momen untuk berbagi update terbaru di perusahaan. Salah satu yang menjadi highlight adalah visi perusahaan, yaitu untuk meraih peringkat 10 besar di Indonesia.

Sharing love and happiness with co-workers always feels different, especially during this month of love in February. This event, which is held every 2 months, is always expected to be a means and time to get acquainted with new employees and also be a moment to share the latest updates in the company. One of the highlights is the Company's vision, which is to reach the top 10 in Indonesia.

Melalui acara Happy Hour CEO Hanwha Life, David Yeom mengungkapkan strategi bisnis di tahun 2020 ini dengan sebagai Great Challenge. Target Hanwha Life di tahun 2020 adalah untuk meraih peringkat 20 besar Agency dan untuk meraihnya beberapa rencana telah disiapkan di tahun 2020. Pada semester awal ini, strategi yang telah disiapkan adalah memaksimalkan potensi dari agen pemasaran yang sudah ada, kemudian dilanjutkan dengan rencana pengembangan sales network dengan penambahan kantor pemasaran baru, Business Lounge, General Agency Office (GAO) di semester kedua tahun 2020.

Through the Happy Hour CEO Hanwha Life event, David Yeom revealed his business strategy in 2020 as a Great Challenge. Hanwha Life's target in 2020 is to reach the Agency's top 20 rankings and to achieve this, several plans have been prepared in 2020. In this early semester, the strategy that has been prepared is to maximize the potential of existing marketing agents, then proceed with a sales network development plan with the addition of a new marketing office, Business Lounge, General Agency Office (GAO) in the second half of 2020.



AAJI SPORTAINMENT OPENING



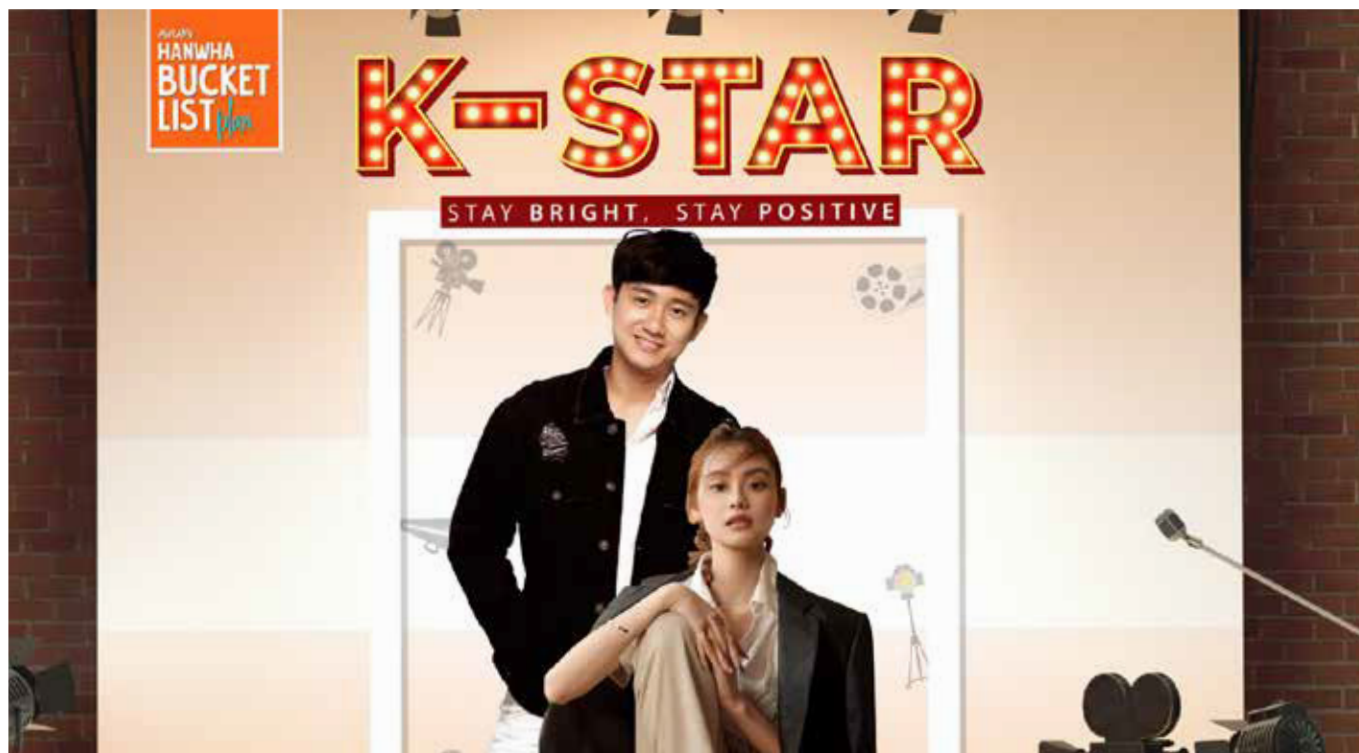
Sebagai salah satu acara tahunan Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI), AAJI Sportainment 2020 kembali lagi dengan rangkaian kompetisi olahraga dan juga hiburan yang melibatkan perusahaan asuransi jiwa di Indonesia. Seperti tahun lalu, Hanwha Life Indonesia juga ikut mengambil bagian sebagai sponsor dan juga partisipan di acara ini. Pada acara pembukaan AAJI Sportainment tahun ini, Hanwha Life mengirimkan perwakilan karyawan untuk mengikuti parade pada hari pertama penyelenggaraan.

As one of the annual events of the Indonesian Life Insurance Association (AAJI), AAJI Sportainment 2020 is back with a series of sports and entertainment competitions involving life insurance companies in Indonesia. Like last year, Hanwha Life Indonesia also took part as a sponsor and participant in this event. At the opening ceremony of AAJI Sportainment this year, Hanwha Life sent employee representatives to join the parade on the first day of the event.

Tahun ini, tim Hanwha Life Indonesia mempersiapkan diri untuk berpartisipasi di beberapa kategori perlombaan seperti basket, bulu tangkis, tenis meja, band dan stand-up comedy. Untuk mendukung penampilan para tim dalam mempersiapkan diri sebelum perlombaan ini, beberapa minggu sebelum perlombaan AAJI Sportainment, para karyawan telah mempersiapkan diri dengan melakukan latihan bersama.

This year, the Hanwha Life Indonesia team is preparing to participate in several competition categories such as basketball, badminton, table tennis, band and stand-up comedy. To support the performance of the teams in preparing for this competition, a few weeks before the AAJI Sportainment competition, the employees had prepared themselves by doing joint exercises.

K-STAR “STAY BRIGHT, STAY POSITIVE”



Hanwha Life Indonesia kembali mengadakan acara bersama para Brand Ambassador melalui acara yang berjudul K-STAR yang kali ini memperkenalkan Kenny Austin dan Gege Elisa. Kenny Austin dan Gege Elisa yang merupakan aktor dan aktris sekaligus influencer ditunjuk sebagai Brand Ambassador karena diharapkan dapat memberikan inspirasi dan pengaruh positif terutama bagi para generasi muda.

Hanwha Life Indonesia again held an event with Brand Ambassadors through an event entitled K-STAR which this time introduced Kenny Austin and Gege Elisa. Kenny Austin and Gege Elisa, who are actors and actresses as well as influencers, were appointed as Brand Ambassadors because they are expected to provide inspiration and positive influence, especially for the younger generation

Dikarenakan adanya pembatasan kegiatan di tengah pandemik, maka kegiatan meet and greet dengan para Brand Ambassador dilakukan secara virtual. Acara yang diadakan pada 16 Mei yang lalu, Kenny dan Gege membagikan beberapa pengalaman mereka untuk tetap menjadi produktif selama masa pembatasan sosial di saat pandemik ini. Kenny yang saat ini sedang menikmati kegiatan membuat video pun membagikan ceritanya saat melakukan hobi terbarunya ini. Kenny pun sempat berbagi bagaimana membuat video ini membuat dirinya bisa mengisi waktunya saat 'di rumah saja' dan dia menyemangati para penggemar untuk bisa mencari kegiatan untuk mengisi waktu saat ini. Gege pun juga membagikan pendapatnya mengenai cara ia tetap menjaga pikirannya tetap positif di tengah pandemik dan banyaknya kegiatan yang menjadi terbatas untuk dilakukan. Terutama kegiatannya yang sebelumnya di penuhi oleh kegiatan di luar seperti syuting pun, harus diarahkan ke kegiatan lain seperti mengurus kegiatan bisnisnya di bidang fashion yang sedang ia kembangkan.

Due to restrictions on activities in the midst of a pandemic, meet and greet activities with Brand Ambassadors are carried out virtually. In the event that was held on May 16, Kenny and Gege shared some of their experiences to stay productive during the social distancing period during this pandemic. Kenny, who is currently enjoying the activity of making videos, also shared his story about doing this new hobby. Kenny also had time to share how making this video allows him to spend his time 'just at home' and she encourages fans to be able to find activities to fill this time. Gege also shared her opinion on how she keeps his mind positive in the midst of the pandemic and the limited number of activities she can do. Especially his activities, which were previously filled with outside activities such as filming, must be directed to other activities such as taking care of her business activities in the fashion field that she is developing.

Hanwha Life terus mendukung mimpi semua generasi muda seperti para Brand Ambassador ini untuk memberikan nilai lebih tidak hanya kepada diri sendiri tetapi juga orang lain. Diharapkan dengan ditunjuknya 6 orang Brand Ambassador Hanwha Life Indonesia ini, dapat menginspirasi masyarakat yang lebih luas.

Hanwha Life continues to support the dream of all young people like these Brand Ambassadors to provide more value not only to themselves but also to others. Hopefully, the appointment of these 6 Hanwha Life Indonesia Brand Ambassadors can inspire the wider community.

SALES TEAM UPDATE

Eagle's Club 2019



Di tengah masa pandemik dan PSBB di Jakarta, acara penganugerahan Eagle's Club Hanwha Life Indonesia tahun ini diadakan secara virtual. Acara kali ini merupakan tahun kedua dimana penghargaan diberikan kepada para Sales Employee yang berhasil meraih performa terbaik dalam pencapaian APE, Recruitment, Active Agent, Persistency dan kedisiplinan.

In the midst of the pandemic and PSBB in Jakarta, this year's Eagle's Club Hanwha Life Indonesia award ceremony was held virtually. This event is the second year in which awards are given to Sales Employees who have achieved the best performance in achieving APE, Recruitment, Active Agent, Persistency and discipline.

ACE Club E-Awards



Di sisi lain, berdasarkan hasil kinerja para Sales Agent Hanwha Life Indonesia sepanjang tahun 2019, pada bulan Mei ini pun Hanwha Life memberikan apresiasi dengan diadakannya ACE Club E-Awards. Kategori penilaian ACE Club dibagi menjadi 2 kategori, yaitu Top Producer dan juga Great Team Builder dengan qualifiers tertinggi berasal dari tim Jakarta 2.

On the other hand, based on the results of the performance of Hanwha Life Indonesia's Sales Agents throughout 2019, Hanwha Life also gave its appreciation this May by holding the ACE Club E-Awards. The ACE Club assessment category is divided into 2 categories, namely Top Producer and Great Team Builder with the highest qualifiers from the Jakarta 2 team.

SALES MEETING KICK OFF 2ND SEMESTER



Dengan tibanya bulan Juli yang merupakan awal dari semester kedua tahun ini, para anggota Sales Team duduk bersama untuk mendiskusikan rencana dan strategi yang akan dilakukan dan juga dibutuhkan untuk meningkatkan performa bisnis di paruh kedua tahun 2020. Di tengah masa pandemik seperti saat ini, sangat penting untuk mempersiapkan berbagai strategi untuk bisa terus bertahan menjalankan bisnis asuransi terutama juga penting untuk bisa memberikan literasi akan pentingnya asuransi terutama di masa sekarang.

With the arrival of July which is the beginning of the second semester of this year, members of the Sales Team sat down together to discuss the plans and strategies that will be carried out and also needed to improve business performance in the second half of 2020. In the midst of a pandemic like today, it is very important to prepare various strategies to be able to continue to survive in running the insurance business, especially it is also important to be able to provide literacy on the importance of insurance, especially in the present.

Pada kegiatan Sales Meeting Kick Off ini, para Sales team memberikan komitmen mereka akan strategi dan target yang ingin dicapai di semester kedua ini. Selain itu, para Sales team juga diminta membagikan harapan akan dukungan yang dibutuhkan untuk melaksanakan strategi mereka tersebut kepada anggota tim lain maupun para management yang hadir pada meeting tersebut. Melalui meeting ini, diharapkan tidak hanya para Sales team namun juga seluruh karyawan bisa mendapatkan spirit untuk terus melaju mencapai target bersama.

In this Sales Meeting Kick Off activity, the Sales team gave their commitment to the strategies and targets to be achieved in this second semester. In addition, the Sales team were also asked to share their hopes for the support needed to implement their strategy with other team members and management who were present at the meeting. Through this meeting, it is hoped that not only the Sales team but also all employees can get the spirit to continue to advance to achieve the target.

WEBINAR DITENGAH PANDEMI

| WEBINAR IN MIDST OF PANDEMIC



Di tengah pandemi seperti saat ini, kegiatan webinar semakin menarik perhatian banyak orang terutama bagi mereka yang terbatas untuk berkegiatan di luar rumah. Kegiatan webinar pun beragam mulai dari memberikan edukasi hingga hiburan. Hanwha Life pun mengambil kesempatan ini untuk terus mengedukasi masyarakat dengan memperkenalkan manfaat finansial kepada khalayak luas.

In the midst of a pandemic like today, webinars are increasingly attracting the attention of many people, especially for those who are limited to activities outside the home. Webinars range from providing education to entertainment. Hanwha Life also took this opportunity to continue educating the public by introducing financial benefits to a wider audience.

Salah satu kegiatan yang dilakukan Hanwha Life Indonesia, bekerja sama dengan Air Asia Big selaku partner merchant untuk produk Hanwha Bucket List dan juga Kitabeli beserta Travel Blogger Jennifer Anandary, memperkenalkan manfaat yang bisa didapatkan dengan memiliki asuransi Hanwha Bucket List Plan. Produk Hanwha Bucket List Plan merupakan produk asuransi jiwa yang ditargetkan untuk kaum milenial, ingin menunjukkan manfaat yang bisa didapatkan oleh nasabah salah satunya adalah poin di Air Asia Big. Melalui acara ini pula Hanwha Bucket List Plan ingin menunjukkan manfaat lain yang dapat dinikmati oleh nasabah bila memiliki polis asuransi yang mudah dan murah ini.

One of the activities carried out by Hanwha Life Indonesia, in collaboration with Air Asia Big as a merchant partner for Hanwha Bucket List products and also Kitabeli and Travel Blogger Jennifer Anandary, introduced the benefits that can be obtained by having Hanwha Bucket List Plan insurance. The Hanwha Bucket List Plan product is a life insurance product targeted at millennials, wanting to show the benefits that customers can get, one of which is points on Air Asia Big. Through this event, Hanwha Bucket List Plan also wants to show other benefits that customers can enjoy if they have this easy and cheap insurance policy.

Selain itu, untuk terus memperkenalkan produk asuransi ini kepada para kaum muda, Hanwha Life pun memperkenalkan produk ini dengan menargetkan para penikmat budaya Korea seperti salah satunya, K-Pop melalui kegiatan "K-POP Party" bekerja sama dengan Kopi Chuseyo yang merupakan sebuah usaha coffee shop yang fokus memberikan lahan bagi para penyuka budaya musik Korea.

In addition, to continue to introduce this insurance product to young people, Hanwha Life also introduced this product by targeting Korean culture connoisseurs such as K-Pop through the "K-POP Party" activity in collaboration with Kopi Chuseyo which is a coffee shop business that focuses on providing land for fans of Korean music culture.

Kedepannya, Hanwha Life Indonesia berusaha untuk terus bisa memperkenalkan asuransi jiwa kepada masyarakat luas terutama para anak muda. Karena Hanwha Life percaya bahwa pendidikan finansial perlu untuk diberikan sejak dini. Memberikan kesadaran bahwa asuransi perlu dimiliki dan bisa bermanfaat lebih adalah kewajiban Hanwha Life sebagai perusahaan asuransi. Di tengah masa pandemik seperti ini pun, Hanwha Life terus akan berusaha memberikan usaha yang terbaik untuk meningkatkan kesadaran masyarakat.

In the future, Hanwha Life Indonesia strives to continue to be able to introduce life insurance to the wider community, especially young people. Because Hanwha Life believes that financial education needs to be given from an early age. Providing awareness that insurance needs to be owned and can be more useful is Hanwha Life's obligation as an insurance company. Even in the midst of a pandemic like this, Hanwha Life will continue to try its best to increase public awareness.

Juli 2020 | July 2020

GRAND LAUNCHING HANWHA GOLDEN LIFE PLAN



Tanggal 7-9 Juli 2020 merupakan 'Golden Week' dimana Hanwha Life Indonesia meluncurkan produk terbaru Hanwha Golden Life Plan. Dalam rangkaian Golden Week tersebut, Hanwha Life mempersembahkan Launching event melalui platform digital yaitu Virtual Customer Gathering yang ditayangkan di kanal Youtube. Selain itu, untuk memperkenalkan produk ini lebih luas lagi, Hanwha Life Indonesia mempromosikan produk terbaru ini melalui promosi di 2 stasiun radio Jakarta, 97.9 Female Radio dan 90.4 Cosmopolitan FM.

7-9 July 2020 is 'Golden Week' where Hanwha Life Indonesia launches the newest product, Hanwha Golden Life Plan. In the series of Golden Week, Hanwha Life presents a launching event through a digital platform, namely Virtual Customer Gathering which is broadcast on the Youtube channel. In addition, to introduce this product more widely, Hanwha Life Indonesia is promoting this new product through promotions on 2 Jakarta radio stations, 97.9 Female Radio and 90.4 Cosmopolitan FM.

Produk Hanwha Golden Life Plan merupakan produk asuransi Whole Life atau seumur hidup dimana nasabah cukup membayar premi sesuai dengan pilihan masa bayar yang ada dan Tertanggung akan mendapatkan perlindungan hingga usia 100 tahun. Produk asuransi ini diharapkan dapat bisa menjadi produk yang kompetitif di pasar asuransi Indonesia, dengan kelebihan yang ditawarkan seperti pengembalian nilai premi yang telah dibayarkan serta pengembalian Uang Pertanggungan bila Tertanggung hidup hingga usia 70 tahun dan 100 tahun.

The Hanwha Golden Life Plan product is a Whole Life or lifetime insurance product where the customer only needs to pay a premium according to the available payment period options and the Insured will get protection until the age of 100 years. This insurance product is expected to be a competitive product in the Indonesian insurance market, with advantages offered such as a refund of the premium paid and a refund of the Sum Insured if the Insured lives up to the age of 70 years and 100 years.

VIRTUAL GRAND OPENING RPTRA ANGGREK RAWASARI



Sebagai bentuk kegiatan CSR (Corporate Social Responsibility), Hanwha Life Indonesia sejak tahun 2017 telah mendirikan RPTRA Jaka Teratai di daerah Jakarta Timur. Kemudian sejak akhir 2019, Hanwha Life telah merencanakan pembangunan kedua untuk RPTRA di lokasi Jakarta Pusat yaitu area Cempaka Putih. Rencana awal dimana area RPTRA kedua ini akan dibuka secara resmi ke publik pada akhir bulan Maret 2020 tertunda oleh pandemik COVID-19 yang melanda Indonesia sehingga menyebabkan area RPTRA sebagai arena publik ini harus ditutup sementara untuk mencegah penyebaran virus dan juga untuk mendukung program pemerintah daerah Jakarta yang menerapkan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) yang dimulai sejak pertengahan bulan Maret.

As a Corporate Social Responsibility activity, Hanwha Life Indonesia since 2017 has established the Jaka Teratai RPTRA in the East Jakarta area. Then since the end of 2019, Hanwha Life has planned a second development for RPTRA in the Central Jakarta location, namely the Cempaka Putih area. The initial plan whereby the second RPTRA area would be officially opened to the public at the end of March 2020 was delayed by the COVID-19 pandemic that hit Indonesia, causing the RPTRA area as a public arena to be temporarily closed to prevent the spread of the virus and also to support the Jakarta local government program to implementing PSBB (Large-Scale Social Restrictions) which began in mid-March.

Setelah tertunda hingga hampir 4 bulan, RPTRA Anggrek yang masih ditutup untuk umum diresmikan melalui acara Serah Terima yang dilakukan secara virtual kepada Dinas PAPP selaku pihak yang akan membantu mengelola RPTRA. Acara ini dihadiri oleh Ketua Dinas PPAPP DKI Jakarta, Tuty Kusumawati dan Ketua Tim Penggerak PKK, Fery Farhati serta perwakilan CEO Hanwha Life Indonesia, David Yeom serta Direktur Operasional Wahana Visi Indonesia selaku partner Hanwha Life Indonesia dalam mempersiapkan proyek RPTRA ini.

After being delayed for almost 4 months, the RPTRA Anggrek, which is still closed to the public, was inaugurated through a virtual handover event to the PP PAPP Office as the party who will help manage the RPTRA. The event was attended by the Head of the DKI Jakarta PPAPP Service, Tuty Kusumawati and the Chair of the PKK Mobilization Team, Fery Farhati and representatives of Hanwha Life Indonesia's CEO, David Yeom and the Operational Director of Wahana Visi Indonesia as Hanwha Life Indonesia's partner in preparing this RPTRA project.

Kedepannya, Hanwha Life Indonesia terus berkomitmen untuk memberikan dukungan untuk kesejahteraan masyarakat di Indonesia dan juga terus fokus untuk memberikan ruang bagi anak-anak untuk bisa berkembang dan melakukan berbagai kegiatan positif. Selain RPTRA, Hanwha Life juga akan mempersiapkan dukungan kepada komunitas luas agar bisa menciptakan hidup yang aktif dan sehat seperti rencana aksi global kegiatan fisik WHO 2018-2030, yakni "More Active People for Healthier World."

In the future, Hanwha Life Indonesia will continue to be committed to providing support for the welfare of the people in Indonesia and also continue to focus on providing space for children to develop and carry out various positive activities. In addition to RPTRA, Hanwha Life will also prepare support for the wider community so that they can create an active and healthy life such as the WHO global action plan for physical activities 2018-2030, namely "More Active People for Healthier World."

SUPPORT COVID



PROTEKSI DARI RUMAH | PROTECTION FROM HOME

Di tengah pandemik COVID-19 yang juga semakin meningkat di Indonesia dengan penambahan jumlah masyarakat yang terjangkit mencapai 300 hingga 400 orang per harinya, Hanwha Life Indonesia melihat pentingnya meningkatkan kesadaran masyarakat untuk semakin menyadari akan pentingnya menjaga kesehatan diri sendiri dan juga keluarga.

In the midst of the COVID-19 pandemic which is also increasing in Indonesia with the addition of the number of infected people reaching 300 to 400 people per day, Hanwha Life Indonesia sees the importance of increasing public awareness to be increasingly aware of the importance of maintaining the health of themselves and their families.

Pemerintah Indonesia berusaha dengan keras untuk menjalankan berbagai macam strategi untuk menekan angka masyarakat yang terjangkit virus COVID-19 dengan salah satunya adalah Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Melalui kebijakan ini diharapkan seluruh masyarakat dapat membatasi kegiatan di luar rumah dan melakukan kegiatan seperti belajar, bekerja dan beribadah dari dalam rumah saja.

The Indonesian government is trying hard to implement various strategies to reduce the number of people infected with the COVID-19 virus, one of which is the Large-Scale Social Restrictions (PSBB). Through this policy, it is hoped that the entire community can limit activities outside the home and carry out activities such as studying, working and worshipping from inside their homes.

Hanwha Life Indonesia mengeluarkan kampanye yaitu 'Proteksi dari Rumah' sebagai bentuk dukungan menjalankan kebijakan pemerintah untuk tetap beraktivitas dari rumah namun tetap terproteksi. Di tengah banyaknya kekhawatiran akan biaya perawatan saat terdiagnosa positif COVID-19, Hanwha Life Indonesia memberikan santunan dana kepada para nasabah baru di bulan April hingga Mei ini.

Hanwha Life Indonesia launched a campaign called 'Protection from Home' as a form of support for carrying out the government's policy to continue to work from home but still be protected. In the midst of many concerns about the cost of treatment when diagnosed positive for COVID-19, Hanwha Life Indonesia provided financial assistance to new customers from April to May.

Santunan yang diberikan langsung ini diharapkan juga bisa semakin meningkatkan kesadaran akan pentingnya asuransi di masa-masa seperti ini kepada masyarakat Indonesia.

It is hoped that this direct compensation will also increase awareness of the importance of insurance in times like these to the Indonesian people.

Make it Happen!
Hanwha jadi nyata

HANWHA LAWAN COVID-19
#PROTEKSIDARURUMAH

THE 300 HANWHA HEROES

THANK YOU FOR BEING THE 300 WARRIORS
IN BATTLE AGAINST COVID-19

HOPE FESTIVAL WITH LEE YOUNG DAE



Brand Ambassador Hanwha Life Indonesia, atlit bulutangkis Korea Selatan Lee Yong Dae kembali hadir melalui virtual event untuk menyapa para Hanwha Heroes dan juga nasabah Hanwha Life Indonesia melalui acara Hope Festival ini. Di masa pandemi seperti saat ini, banyak orang yang sulit untuk melakukan kegiatan di luar rumah dikarenakan adanya pembatasan kegiatan oleh pemerintah daerah. Pandemi yang sudah berlangsung selama 7 bulan banyak mempengaruhi kegiatan secara fisik maupun mental. Maka dari itu, melalui acara Hope Festival ini, Hanwha Life Indonesia berharap bisa membagikan nilai positif kepada masyarakat luas untuk bersama melawan COVID-19 dan terus bertahan dalam situasi ini bersama-sama.

Hanwha Life Indonesia's Brand Ambassador, South Korean badminton athlete Lee Yong Dae is back through a virtual event to greet Hanwha Heroes and Hanwha Life Indonesia customers through this Hope Festival event. During the current pandemic, many people find it difficult to carry out activities outside the home due to restrictions on activities by the local government. The pandemic that has lasted for 7 months has affected many activities physically and mentally. Therefore, through this Hope Festival event, Hanwha Life Indonesia hopes to share positive values with the wider community to fight COVID-19 together and continue to survive in this situation together.

Melalui berbagai kegiatan seperti olahraga bersama Lee Yong Dae menyampaikan bahwa dirinya pun tetap melatih dirinya untuk tetap bergerak aktif walaupun di tengah masa pandemi yang juga melanda Korea Selatan dan seluruh bagian di dunia. Lee Yong Dae menyebutkan bahwa selama pembatasan aktivitas di luar, dirinya juga semakin banyak menghabiskan waktu di rumah bermain game dan handphone. Maka dari itu dirinya membagikan tips untuk tetap memastikan dirinya bergerak melalui olahraga-olahraga kecil walaupun tetap di dalam rumah. Selain itu dirinya menambahkan bahwa pandemi ini memberikan dirinya lebih banyak waktu untuk mencari kegiatan baru dan melakukan hal yang tidak sempat ia lakukan sebelumnya dikarenakan jadwal latihan bulu tangkisnya yang padat.

Through various activities such as sports with Lee Yong Dae, he said that he was still training himself to stay active even in the midst of a pandemic that also hit South Korea and all parts of the world. Lee Yong Dae mentioned that during the restrictions on outdoor activities, he also spent more and more time at home playing games and cellphones. That's why he shares tips to keep himself moving through small sports even if he stays at home. In addition, he added that this pandemic gave him more time to look for new activities and do things he never had time to do before due to his busy badminton training schedule. Hanwha Life Indonesia's Brand Ambassador, South Korean badminton athlete Lee Yong Dae is back in virtual reality. event to greet Hanwha Heroes and also Hanwha Life Indonesia customers through this Hope Festival event. During the current pandemic, many people find it difficult to carry out activities outside the home due to restrictions on activities by the local government. The pandemic that has lasted for 7 months has affected many activities physically and mentally. Therefore, through this Hope Festival event, Hanwha Life Indonesia hopes to share positive values with the wider community to fight COVID-19 together and continue to survive in this situation together.

HANWHA SMART CAMP



Sebagai salah satu program untuk mendukung pemerintah dalam meningkatkan literasi keuangan kepada masyarakat luas, Hanwha Life Indonesia menargetkan para anak muda sebagai partisipannya. Tingkat literasi keuangan di Indonesia yang masih sangat rendah di masyarakat berdasarkan survei yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) maka perusahaan melihat pentingnya memberikan pendidikan dari usia muda terutama dewasa muda yang sekarang ini memiliki tren peningkatan dalam keinginan akan investasi.

As one of the programs to support the government in increasing financial literacy to the wider community, Hanwha Life Indonesia targets young people as participants. Based on a survey conducted by the Financial Services Authority (OJK), the company sees the importance of providing education from a young age, especially young adults who currently have an increasing trend in the desire for investment.

Di tengah pembatasan kegiatan para mahasiswa untuk belajar dari rumah, perusahaan melihat adanya kesempatan yang baik untuk memberikan edukasi tambahan sebagai ilmu lebih selama mengisi kegiatan beraktivitas di dalam rumah. Hanwha Life Indonesia mengadakan satu program untuk mengakomodir kegiatan literasi yang tetap dapat dilakukan di tengah masa pandemi secara daring melalui kegiatan Hanwha Smart Camp. Hanwha Smart Camp merupakan program pembelajaran yang dikombinasikan dengan program magang yang diinisiasi untuk tidak hanya memberikan ilmu mengenai keuangan, asuransi dan juga investasi tapi juga lahan untuk mendapatkan pengalaman kerja baru.

In the midst of limiting the activities of students to study from home, the company sees a good opportunity to provide additional education as more knowledge while filling activities at home. Hanwha Life Indonesia held a program to accommodate literacy activities that can still be carried out during the online pandemic period through the Hanwha Smart Camp activity. Hanwha Smart Camp is a learning program combined with an internship program initiated to not only provide knowledge about finance, insurance and investment but also land to gain new work experience.

Kegiatan Hanwha Smart Camp dimulai dengan pilot project yang difokuskan di daerah Bogor dan Yogyakarta yang merupakan kota yang memiliki banyak universitas dimana Hanwha Life Indonesia melihat banyak potensial mahasiswa yang dapat bergabung di program ini.

The Hanwha Smart Camp activity started off with a pilot project focused on the Bogor and Yogyakarta areas, which are cities that have many universities where Hanwha Life Indonesia sees many potential students who can join this program.

Program ini dimulai dengan masa orientasi yang dilaksanakan pada 8 September yang lalu dan selanjutnya akan diikuti oleh program training secara rutin satu kali dalam seminggu hingga 12 minggu kedepan dengan materi pembelajaran yang disiapkan berbeda setiap minggunya dan diharapkan dapat mengembangkan ilmu kepada para mahasiswa yang bisa menjadi nilai lebih bagi mereka pula.

This program begins with an orientation period which was held on September 8 and will then be followed by a training program regularly once a week for the next 12 weeks with learning materials prepared differently every week and are expected to develop knowledge for students which can be an added value for them.

PERLUASAN BISNIS

| BUSINESS EXPANSION



Di tengah situasi ekonomi dunia yang banyak terpengaruh oleh pandemi, setiap perusahaan dituntut untuk terus berkreasi dalam membangun dan menata bisnis mereka agar tetap bisa bertahan di tengah krisis yang melanda. Setiap pemilik usaha dituntut untuk terus mencari cara untuk bisa mendapatkan ide baru dalam melakukan penjualan ataupun mengembangkan produk yang inovatif agar tidak berhenti begitu saja.

In the midst of the world economic situation which is heavily affected by the pandemic, every company is required to continue to be creative in building and managing their business so that they can survive in the midst of the crisis. Every business owner is required to keep looking for ways to get new ideas in making sales or developing innovative products so that they don't just stop.



Hanwha Life Indonesia akhirnya membuka kantor cabang pertama di daerah Sulawesi yaitu di Kota Makassar. Menurut informasi dari Ketua Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia Sulawesi Selatan, industri asuransi di Makassar mengalami peningkatan hingga 10% selama masa pandemi ini. Kota Makassar merupakan salah satu kota yang memiliki potensi pasar yang baik untuk asuransi terutama di wilayah Sulawesi. Maka dari itu Hanwha Life Indonesia melihat kesempatan ini sebagai saat yang tepat untuk memperkenalkan produk asuransi jiwa lebih agresif lagi di saat masyarakat sedang memiliki antusias yang tinggi dan terbuka terhadap kebutuhan akan asuransi.

Hanwha Life Indonesia finally opened its first branch office in the Sulawesi area, namely Makassar City. According to information from the Chairman of the Indonesian Life Insurance Association, South Sulawesi, the insurance industry in Makassar has increased by up to 10% during this pandemic. Makassar City is one of the cities that has good market potential for insurance, especially in the Sulawesi region. Therefore, Hanwha Life Indonesia sees this opportunity as the right time to introduce life insurance products even more aggressively at a time when people are very enthusiastic and open to the need for insurance.

Selain melakukan pembukaan kantor cabang baru untuk meningkatkan performa bisnis perusahaan, Hanwha Life Indonesia juga menambah satu lokasi baru di kantor pusat Hanwha Life Indonesia di Jakarta yaitu Wealth Lounge yang ditargetkan untuk bisa mengakomodir para nasabah premium untuk mendiskusikan langsung perencanaan masa depan mereka dengan para Financial Planner Hanwha Life. Area Lounge ini dibuka untuk para nasabah yang membutuhkan perlindungan jiwa sekaligus ingin mendapatkan hasil investasi tinggi dari premi yang dibayarkan. Area Lounge yang dibuka di tengah masa pandemi ini direncanakan untuk tetap menerapkan protokol kesehatan bagi para nasabah yang ingin datang berkunjung seperti menjaga jarak dan pembatasan jumlah pengunjung.

In addition to opening a new branch office to improve the company's business performance, Hanwha Life Indonesia also added a new location at Hanwha Life Indonesia's head office in Jakarta, namely the Wealth Lounge which is targeted to be able to accommodate premium customers to directly discuss their future plans with Financial Planners. Hanwha Life. This Lounge area is opened for customers who need life protection as well as want to get high investment returns from the premiums paid. The lounge area which was opened in the midst of this pandemic is planned to continue implementing health protocols for customers who want to come to visit, such as maintaining distance and limiting the number of visitors.



Dengan pengembangan bisnis yang terus direncanakan dan dijalankan, Hanwha Life Indonesia masih menargetkan untuk bisa meraih posisi 10 besar Perusahaan Asuransi Jiwa pada lini keagenan di Indonesia pada tahun 2023 nanti. Selain itu, seperti layaknya perusahaan bisnis lainnya Hanwha Life juga berusaha untuk terus bertahan dan berkembang walaupun di tengah masa pandemi seperti saat ini.

With business development that continues to be planned and carried out, Hanwha Life Indonesia is still targeting to be able to reach the position of the top 10 Life Insurance Companies in agency channel in Indonesia by 2023. In addition, like other business companies, Hanwha Life is also trying to continue to survive and develop even in the midst of a pandemic like now.



WEBINAR FINANCIAL CHECK UP WITH DOCQUITY



Literasi keuangan tidak hanya penting bagi satu atau sebagian kelompok masyarakat, namun juga bagi komunitas yang mungkin jarang menjadi fokus perusahaan finansial seperti para dokter atau tenaga medis. Para dokter saat ini selain menjadi garda terdepan dalam penanganan pandemi juga menjadi salah satu kelompok usaha yang juga banyak terdampak akibat pandemi COVID-19.

Financial literacy is not only important for one or some community groups, but also for communities that may rarely be the focus of financial companies such as doctors or medical personnel. Doctors are currently in addition to being the front line in handling the pandemic, they are also one of the business groups that are also heavily affected by the COVID-19 pandemic.

Hanwha Life Indonesia bekerjasama dengan Docquity, yaitu sebuah aplikasi terbatas bagi para dokter yang terdaftar dalam Ikatan Dokter Indonesia (IDI) mengadakan webinar untuk memberikan ilmu tambahan kepada para dokter mengenai ilmu keuangan. Webinar yang bertajuk 'Financial Check Up For Your Financial Future' mengajak Ryan Filbert seorang Praktisi Finansial sebagai pembicara utama dimana pada kesempatan ini para dokter juga berkesempatan untuk bisa menanyakan secara langsung cara untuk mengelola keuangan dan mempersiapkan masa depan.

Hanwha Life Indonesia in collaboration with Docquity, a limited application for doctors registered with the Indonesian Doctors Association (IDI) held a webinar to provide additional knowledge to doctors regarding financial science. The webinar entitled 'Financial Check Up For Your Financial Future' invited Ryan Filbert, a Financial Practitioner, as the main speaker where on this occasion doctors also had the opportunity to ask directly how to manage finances and prepare for the future.

Pada kesempatan ini pula, dr. Eko S. Nugroho selaku Healthcare Business Innovator turut hadir menjadi salah satu pembicara untuk membagikan pengalamannya mengelola bisnis di bidang medis yang juga terpengaruh akibat pandemi COVID-19. Kedepannya Hanwha Life Indonesia akan terus berusaha memberikan literasi finansial lebih luas di masyarakat melalui komunitas masyarakat dari berbagai macam latar belakang.

Also on this occasion, dr. Eko S. Nugroho as Healthcare Business Innovator was also present as one of the speakers to share his experience in managing a business in the medical field which was also affected by the COVID-19 pandemic. In the future, Hanwha Life Indonesia will continue to strive to provide wider financial literacy in the community through people from various backgrounds.

HANWHA LIFE INDONESIA

7TH ANNIVERSARY



Pada tanggal 24 Oktober 2020, Hanwha Life Indonesia genap berusia 7 tahun sejak pertama kali hadir di Indonesia pada tahun 2013 yang lalu. Pada perayaan ulang tahun ke-7 ini yang masih dalam masa tanggap pandemik, Hanwha Life Indonesia merayakan ulang tahun ini secara virtual bersama para karyawan yang bekerja dari kantor maupun dari rumah melalui kanal digital.

On October 24, 2020, Hanwha Life Indonesia will be 7 years old since

its first presence in Indonesia in 2013. On this 7th anniversary celebration which is still in the pandemic response period, Hanwha Life Indonesia celebrates this birthday virtually with employees who work from the office or from home through digital channels.

Kemeriahan acara ini dimulai dengan sambutan dari CEO Hanwha Life Indonesia, David Yeom yang menyapa seluruh karyawan yang menyaksikan perayaan ini secara virtual. Kemudian dilanjutkan dengan ucapan selamat atas 7 tahun karir Hanwha Life di Indonesia yang diberikan secara virtual pula oleh rekan-rekan Hanwha Life lainnya di Vietnam, Cina dan juga Korea Selatan. Selain itu, sebagai bentuk apresiasi perusahaan atas kerja keras para Hanwha Heroes di tengah masa pandemi ini pun, Hanwha Life Indonesia membagikan Protection Kit untuk menjaga kesehatan karyawan dimanapun mereka bekerja dan beraktivitas.

The excitement of this event began with a speech from the CEO of Hanwha Life Indonesia, David Yeom, who greeted all employees who witnessed the celebration virtually. Then it was continued with congratulations on the 7 years of Hanwha Life's career in Indonesia which were also given virtually by other Hanwha Life colleagues in Vietnam, China and also South Korea. In addition, as a form of company appreciation for the hard work of Hanwha Heroes in the midst of this pandemic, Hanwha Life Indonesia distributed Protection Kits to maintain the health of employees wherever they work and do activities.

Pada perayaan hari jadi ke-7 ini, Hanwha Life Indonesia masih menargetkan Peringkat 10 besar Perusahaan Asuransi Jiwa di Indonesia pada tahun 2023. Maka dari itu, Hanwha Life terus berusaha mengembangkan diri dengan menciptakan produk asuransi baru yang bisa sesuai dengan kebutuhan pasar serta terus membuktikan performa terbaik perusahaan.



On this 7th anniversary celebration, Hanwha Life Indonesia is still targeting to rank in the top 10 Life Insurance Companies in Indonesia in 2023. Therefore, Hanwha Life continues to develop itself by creating new insurance products that can meet market needs and continuously prove the best performance of the company.

HANWHA APPRECIATION NIGHT



Acara Hanwha Appreciation Night (HAN) yang merupakan acara tahunan Hanwha Life, diselenggarakan berbeda pada tahun ini. Dikarenakan situasi pandemi yang belum mereda, acara malam apresiasi kali ini diadakan dengan berbagai penyesuaian. Acara HAN tahun ini tetap diadakan dengan mengundang para qualifier dan memberikan penghargaan secara langsung di wilayah masing-masing dengan memperhatikan protokol kesehatan.

The Hanwha Appreciation Night (HAN), which is Hanwha Life's annual event, was held differently this year. Due to the ongoing pandemic situation, the appreciation night event this time was held with various adjustments. This year's HAN event is still being held by inviting qualifiers and giving awards directly in their respective regions by observing health protocols.



Pada acara yang digabungkan antara dan online ini, para peserta yang mengikuti acara ini tetap bisa merasakan kebersamaan dengan para peserta lainnya dengan sambungan virtual. Para agen-agen yang mendapatkan penghargaan saat itu, secara paralel dapat menyaksikan penghargaan di lokasi lainnya agar tetap bisa merasakan kebersamaan yang tahun ini tidak dapat dirasakan seperti di tahun-tahun sebelumnya.

In this event that is combined between and online, the participants who take part in this event can still feel togetherness with other participants with a virtual connection. The agents who received awards at that time, in parallel could watch the awards in other locations so that they could still feel the togetherness that this year could not be felt like in previous years.

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

| Corporate Social Responsibility

Hanwha Buddy Donation



Grand Opening RPTRA Anggrek



Grand Opening RPTRA Kayumas



Sepanjang tahun 2020, Hanwha Life Indonesia terus merealisasikan tanggung jawab sosial melalui berbagai kegiatan yang diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Salah satu isu besar di tahun 2020 yaitu adanya pandemi COVID-19 yang berdampak besar pada keadaan ekonomi masyarakat, maka perusahaan melalui kegiatan CSR membagikan bantuan berupa kebutuhan pokok dan juga alat perlindungan diri berupa masker dan sanitizer.

Throughout 2020, Hanwha Life Indonesia continues to realize its social responsibility through various activities that are expected to improve the welfare of the community. One of the big issues in 2020 is the COVID-19 pandemic which has a major impact on the economic situation of the community, so the company through

CSR activities distributes assistance in the form of basic needs and also personal protective equipment in the form of masks and sanitizers.

Selain itu kegiatan pembangunan Ruang Publik Terpadu Ramah Anak (RPTRA) yang sebelumnya juga sudah dilakukan pada tahun 2017 di RPTRA Jaka Teratai, kali ini pada tahun 2020 Hanwha Life Indonesia kembali meresmikan pembangunan RPTRA ke-2 dan ke-3 di Cempaka Putih dan Pulogadung. Pembangunan yang tetap berlangsung ditengah masa pandemi ini terus dijalankan dengan tetap memperhatikan protokol kesehatan. Area RPTRA ini diharapkan tetap dapat menjadi ruang dimana anak-anak dan keluarga bisa menghabiskan waktu bersama untuk meningkatkan kegiatan kreatif dan aktif masyarakat.

In addition, the development activities for the Child Friendly Integrated Public Space (RPTRA), which had previously been carried out in 2017 at the Jaka Teratai RPTRA, this time in 2020 Hanwha Life Indonesia again inaugurated the construction of the 2nd and 3rd RPTRA in Cempaka Putih and Pulogadung. Construction, which is still ongoing in the midst of this pandemic, continues to be carried out while still observing health protocols. The RPTRA area is expected to remain a space where children and families can spend time together to increase the creative and active activities of the community.

Kegiatan CSR perusahaan ini berlangsung atas kerjasama antara Hanwha Life Indonesia, Dinas Pemberdayaan Perlindungan Anak dan Pengendalian Penduduk Provinsi DKI Jakarta bersama Wahana Visi Indonesia.

The company's CSR activities take place in collaboration between Hanwha Life Indonesia, the Office for the Empowerment of Child Protection and Population Control of DKI Jakarta Province with Wahana Visi Indonesia.

Profil Dewan Komisaris

| Board of Commissioners Profile



KIM JUN IL

Komisaris Utama | *President Commissioner*

Usia | Age:

50 tahun | *50 years old*

Kewarganegaraan | Nationality:

Korea Selatan | *Korean*

Bertempat tinggal di | Domicile:

Korea Selatan | *Korea*

Riwayat Pendidikan | Education:

1. Mathematics Program from Korea University (1991 – 1998);
2. Insurance, Degree of M.S. from Hanyang Univesity (2010 – 2012)

Riwayat Pekerjaan | Work Experience:

1. Training and Experience, Sales Office Assistant Manager at Hanwha Life Insurance Co. Ltd. (1998 – 1999)
2. Actuarial at Hanwha Life Insurance Co. Ltd (1999 – 2004)
3. Management Control, Finance & Actuarial Department at Hanwha Life Insurance Co. Ltd. (2004 – 2010)
4. Manager Actuarial at Hanwha Life Insurance Co. Ltd (2010 – 2012)
5. M&A T/F at Hanwha Life Insurance Co. Ltd. (2012)
6. Advance Business Management T/F at Hanwha Life Insurance Co. Ltd. (2012 – 2013)
7. Innovation Process Team at Hanwha Life Insurance Co. Ltd. (2013 – 2014)
8. Finance, Risk Management & Part Leader Actuarial at Hanwha Life Insurance Co. Ltd. (2016 – Now)
9. President Commissioner at PT Hanwha Life Insurance Indonesia (2018 – Now)

Dasar Hukum Pengangkatan | Legal Base for Appointment:

Diangkat sebagai Komisaris Utama PT Hanwha Life Insurance Indonesia berdasarkan akta no. 3 tanggal 7 Agustus 2018.

Appointed as President Commissioner of PT Hanwha Life Insurance Indonesia based on the Deed No. 3 Dated 7 August 2018.



AMRAN NANGASAN

Komisaris Independen | *Independent Commissioner*

Usia | Age:

70 tahun | *70 years old*

Kewarganegaraan | Nationality:

Indonesia | *Indonesian*

Bertempat tinggal di | Domicile:

Tangerang

Riwayat Pekerjaan | Work Experience:

1. PT Jamsostek (Persero)
2. Rekan pada Firma Konsultan Aktuaria Tubagus Syafrial & Amran Nangasan (sebelumnya dikenal sebagai PT KAIA MAGNA CONSULTING) | *Partner at Tubagus Syafrial & Amran Nangasan Actuarial Consulting Firm (previously known as PT KAIA MAGNA CONSULTING)*

Dasar Hukum Pengangkatan | Legal Base for Appointment:

Diangkat sebagai Komisaris Utama PT Hanwha Life Insurance Indonesia berdasarkan akta no. 10 tanggal 10 November 2011.

Appointed as Independent Commissioner of PT Hanwha Life Insurance Indonesia based on the Deed No. 10 Dated 10 November 2011.



MUHAMAD ICHSAN

Komisaris Independen | *Independent Commissioner*

Usia | Age:

50 tahun | *50 years old*

Kewarganegaraan | Nationality:

Indonesia | *Indonesian*

Bertempat tinggal di | Domicile:

Jakarta Selatan | *South Jakarta*

Riwayat Pekerjaan | Work Experience:

1. PT Panin Life Tbk
2. Konsultan Pembentukan Unit Syariah and Restruktur Organisasi Rekrutmen Training Pengembangan Administrasi
3. Direktur PT Mitha Rizki Barokah

Dasar Hukum Pengangkatan | Legal Base for Appointment:

Diangkat sebagai Komisaris Independen PT Hanwha Life Insurance Indonesia berdasarkan Akta No. 84 tanggal 23 Desember 2015.

Appointed as Independent Commissioner of PT Hanwha Life Insurance Indonesia based on the Deed No. 84 Dated 23 December 2015.

Profil Direksi

| Board of Directors Profile



YEOM KYUNG SEON

Direktur Utama | *President Director*

Usia | *Age:*

48 tahun | *48 years old*

Kewarganegaraan | *Nationality:*

Korea Selatan | *Korean*

Bertempat tinggal di | *Domicile:*

Jakarta Pusat | *Central Jakarta*

Riwayat Pendidikan | *Education:*

Business Administration at Yonsei University (1992 – 1996)

Riwayat Pekerjaan | *Work Experience:*

1. Sales Office Administrator at Hanwha Life Insurance Co. Ltd (2001)
2. Management Accounting at Hanwha Life Insurance Co. Ltd. (2001 – 2005)
3. Person In Charge of Business Model for New Channels and ERP KPI System at Hanwha Life Insurance Co. Ltd. (2005 – 2007)
4. Management Accounting & KPI at Hanwha Life Insurance Co. Ltd. (2007 – 2008)
5. Profit Analysis of Policy Level – Actuarial at Hanwha Life Insurance Co. Ltd. (2009 – 2010)
6. Corporate Planning at Hanwha Life Insurance Co. Ltd Vietnam (2010 – 2015)
7. Business Global Support at Hanwha Life Insurance Co. Ltd (2016 – 2017)
8. Business Global Management at Hanwha Life Insurance Co. Ltd (2017)
9. President Director & CEO PT Hanwha Life Insurance Indonesia (2018 – Now)

Dasar Hukum Pengangkatan | *Legal Base for Appointment:*

Diangkat sebagai Direktur Utama PT Hanwha Life Insurance Indonesia berdasarkan Akta No. 4 tanggal 4 Mei 2018.

Appointed as President Director of PT Hanwha Life Insurance Indonesia based on the Deed No. 4 Dated 4 May 2018.



R.R. FRANCISCA M. RUSWITA

Direktur | *Director*

Usia | *Age:*

53 tahun | *53 years old*

Kewarganegaraan | *Nationality:*

Indonesia | *Indonesian*

Bertempat tinggal di | *Domicile:*

Jakarta Selatan | *South Jakarta*

Riwayat Pendidikan | *Education:*

1. FMIPA / Mathematics at University of Indonesia (1992)
2. Fellow of Society of Actuaries of Indonesia (FSAI) (1998)

Riwayat Pekerjaan | *Work Experience:*

1. Appointed Actuary at PT Asuransi Winterthur Life Indonesia (1992 – 2009)
2. Appointed Actuary & Chief Actuary at PT Zurich Topas Life (2010 – 2016)
3. Director & Chief Technical Officer at PT Hanwha Life Insurance Indonesia (2017 – Now)

Dasar Hukum Pengangkatan | *Legal Base for Appointment:*

Diangkat sebagai Direktur PT Hanwha Life Insurance Indonesia berdasarkan akta no. 39 tanggal 20 Oktober 2017.

Appointed as Director of PT Hanwha Life Insurance Indonesia based on the Deed No. 39 Dated 20 October 2017.



KWON GI HAN

Direktur | *Director*

Usia | *Age:*

42 tahun | *42 years old*

Kewarganegaraan | *Nationality:*

Australia | *Australian*

Bertempat tinggal di | *Domicile:*

Jakarta Selatan | *South Jakarta*

Riwayat Pendidikan | *Education:*

1. Commerce / Actuarial at Australian National University (1998 – 2000 and 2002 – 2003)
2. Actuarial Studies Hours (Second Class Honors) at Australian Nasional University (2004)

Riwayat Pekerjaan | *Work Experience:*

1. Actuarial Valuation at Hanwha Life Insurance Co. Ltd. (2005 – 2009)
2. IPO Team (Appraisal Value) at Hanwha Life Insurance Co. Ltd. (2009 – 2010)
3. Actuarial Valuation at Hanwha Life Insurance Co. Ltd (2010)
4. Investor Relations at Hanwha Life Insurance Co. Ltd (2010 – 2012)
5. Corporate Planning at Hanwha Life Insurance Co. Ltd (2013 – 2016)
6. Director & Chief Financial Officer at PT Hanwha Life Insurance Indonesia (2017 – Now)

Dasar Hukum Pengangkatan | *Legal Base for Appointment:*

Diangkat sebagai Direktur PT Hanwha Life Insurance Indonesia berdasarkan akta no. 39 tanggal 20 Oktober 2017.

Appointed as Director of PT Hanwha Life Insurance Indonesia based on the Deed No. 39 Dated 20 October 2017.



ALEXANDER FEBRIANO WIDJANARKO
Direktur Kepatuhan | Compliance Director

Usia | Age:
 40 tahun | 40 years old

Kewarganegaraan | Nationality:
 Indonesia | Indonesian

Bertempat tinggal di | Domicile:
 Jakarta Barat | West Jakarta

Riwayat Pendidikan | Education:

1. Bachelor of Law from Trisakti University (2000 - 2004)
2. Qualified Chief Risk Officer - QCRO (2017)
3. Certified Enterprise Risk Governance - CERG (2018)

Riwayat Pekerjaan | Work Experience:

1. PT Bank Ekonomi Raharja Tbk - Legal Officer (2005 - 2006)
2. PT Kalbe Farma Tbk (Seconded also to assist PT Tri Saptajaya) - Legal Senior Officer (2006 - 2008)
3. PT Dos Ni Roha - Senior Legal (2008 - 2010)
4. PT Pacific Fiber Indonesia (Royal Golden Eagle - RGE Indonesia Group) - Legal Manager (2010 - 2013)
5. PT AJWCS Sinergi Dua - Commissioner (October 2019 - December 2019)
6. PT AJWCS Sinergi Satu - Commissioner (October 2019 - December 2020)
7. PT Asuransi Jiwa Sequis Life - Head of Legal, Compliance & Corporate Secretary (Group Chief Governance & Legal) (2013 - 2019)
8. PT Hanwha Life Insurance Indonesia - Compliance Director (January 2020 - Now)

Dasar Hukum Pengangkatan | Legal Base for Appointment:

Diangkat sebagai Direktur Kepatuhan PT Hanwha Life Insurance Indonesia berdasarkan akta No.1 Tanggal 4 Maret 2020.
Appointed as Compliance Director of PT Hanwha Life Insurance Indonesia based on the Deed No.1 Dated on 4 March 2020.





Remunerasi Direksi dan Dewan Komisaris

| Remuneration of Board of Directors and Board of Commissioners

1. Indikator Penetapan Remunerasi Dewan Komisaris dan Direksi | *Indicators for Determining the Remuneration of the BOD and BOC*

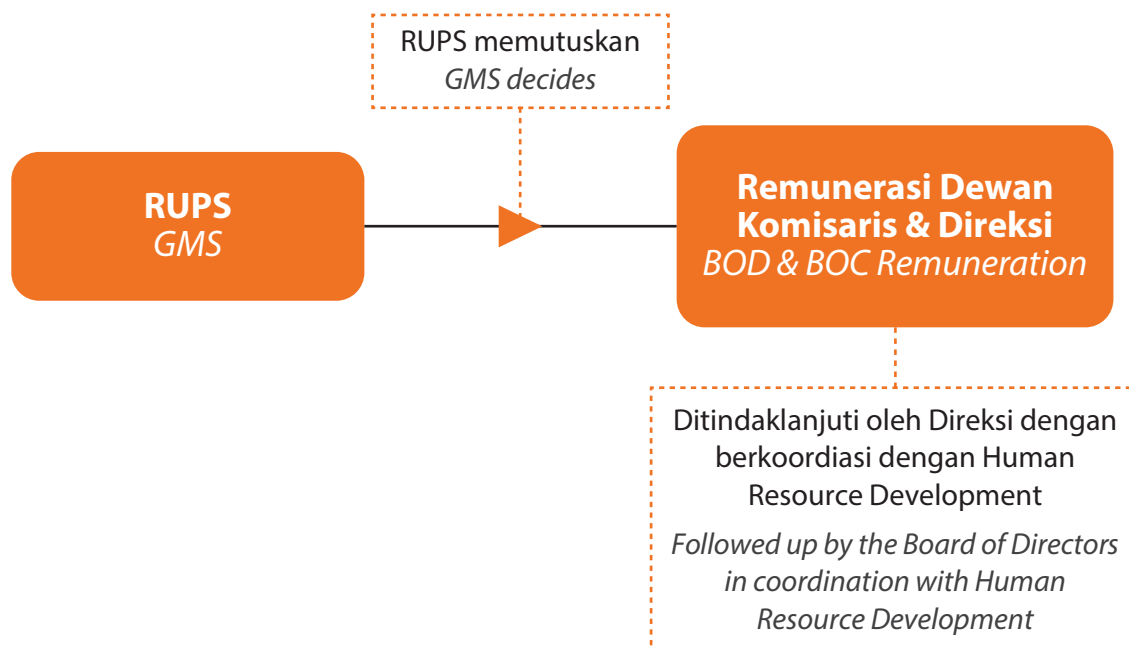
Indikator penetapan remunerasi Dewan Komisaris dan Direksi didasarkan pada pencapaian kinerja Perusahaan yang meliputi hasil kinerja keuangan, tingkat kesehatan Perusahaan dan berlandaskan tata kelola risiko yang ditetapkan oleh regulator. Selain itu, kebijakan remunerasi juga ditetapkan dengan mempertimbangkan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

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. Prosedur Penetapan Kebijakan Remunerasi Dewan Komisaris dan Direksi | *Procedure for Determining the Remuneration Policy for the BOC and BOD*

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.

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.



Prosedur penetapan remunerasi Dewan Komisaris dan Direksi adalah sebagai berikut:

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

- 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;

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;

- Setelah adanya keputusan dari RUPS tersebut di atas, Direksi akan menindaklanjutinya dengan berkoordinasi dengan Human Resource Development Perusahaan yang menangani remunerasi di Perusahaan.

Upon the aforementioned GMS decision, the Board of Directors will follow up by coordinating with Company's Human Resource Development that handles remuneration in Company.

3. Nilai Remunerasi Dewan Komisaris dan Direksi | *The Value of Remuneration of BOC and BOC*

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 2020 dengan rincian sebagai berikut:

In carrying out their duties and responsibilities, the Board of Commissioners and the Board of Directors receive a remuneration packages in accordance with Company regulations. The total value of remuneration given to the Board of Commissioners and Directors for year 2020 is as follows:

Jenis Remunerasi <i>Remuneration Type</i>	Nilai <i>Value</i>
Imbalan Kerja Jangka Pendek <i>Short-term employee benefits</i>	Rp8.234.267.623
Imbalan Pascakerja <i>Post-employment benefits</i>	-
Jumlah <i>Total</i>	Rp8.234.267.623

Pejabat Perusahaan | Chief of the Company



NAM KOONG HOON
Chief Marketing Strategy Officer

Usia | Age:
43 tahun | 43 years old

Kewarganegaraan | Nationality:
Korea Selatan | Korean

Bertempat tinggal di | Domicile:
Jakarta Selatan | South Jakarta

Riwayat Pendidikan | Education:
Bachelor of Enomics at Kyung Hee University (1996 – 2004)

Riwayat Pekerjaan | Work Experience:

1. Junior Manager of Sales Office at Hanwha Life Insurance Co. Ltd. (2004 – 2005)
2. Branch Manager of ShinDang at Hanwha Life Insurance Co. Ltd. (2006 – 2008)
3. Branch Manager of YongSan at Hanwha Life Insurance Co. Ltd (2009 - 2011)
4. Branch Manager of SeongAm at Hanwha Life Insurance Co. Ltd (2012 - 2013)
5. Senior Manager of Individual Sales Head Office at Hanwha Life Insurance Co. Ltd (2014 - 2017)
6. Chief Marketing & Strategy Officer at PT Hanwha Life Insurance Indonesia (2017 – Now)



DJATI SUTANTO **Chief Agency Officer**

Usia | Age:

54 tahun | 54 years old

Kewarganegaraan | Nationality:

Indonesia | Indonesian

Bertempat tinggal di | Domicile:

Jakarta Selatan | South Jakarta

Riwayat Pendidikan | Education:

S1 Degree in Economic Management from Krisnadwipayana University (1990)

S2 Degree in Economic Management from STIE Jayakarta (2001)

AAMAI Degree

LOMA Degree

Riwayat Pekerjaan | Work Experience:

1. Sales Executive for Auto 2000 at Toyota Jakarta (1989 – 1990)
2. Director PT Usaha Makmur (Consumer Goods, 1990 – 1995)
3. Special Project Branch Dharmala Manulife (1995 – 1996)
4. Branch Manager PT Dharmala Manulife Pontianak (1996 – 1998)
5. Senior Branch Manager for Pontianak and Singkawang Branches (1998 – 1999)
6. Regional Manager for Kalimantan Area (Pontianak, Singkawang, Samarinda, Balikpapan, Banjarmasin) (2000 – 2001)
7. Agency Director for Kalimantan and Half Sumatera (8 Branches with around 250 Manpower)
8. Agency Director for Kalimantan and Sumatera area (14 Branches with around 450 Manpower)
9. Assistant Vice President for Jakarta and Bogor area (22 Branches with 950 Manpower)
10. Vice President for Java, Kalimantan and Sumatera (84 Branches with 3.980 Manpower)
11. Deputy Chief Agency Officer at AIA Financial (2011)
12. Founder and Commissioner at PT Tunas Mega Cahaya (affiliated with AIA Financial) (2011 – 2013)
13. Exclusive Principal Agency for Avrist Assurance (2013 – 2019)
14. Chief Agency Officer for PT Hanwha Life Insurance Indonesia (2019 - December 2020)

Komite di Bawah Pengawasan Dewan Komisaris, Direksi dan Unit Kerja

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

1. Komite | Committee

a. Komite di bawah Dewan Komisaris | Committee under Board of Commissioners

(i) Komite Audit | Audit Committee

• Pembentukan | Establishment

Komite Audit adalah Komite yang dibentuk oleh Dewan Komisaris berdasarkan Piagam Komite Audit dan terakhir diubah dengan Surat Keputusan Dewan Komisaris No. 0001/SK-Commissioners/IX/2018 tanggal 17 September 2018.

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 No. 0001/SK-Commissioners/IX/2018 dated 17 September 2018.

• Keanggotaan | Membership

Susunan keanggotaan dalam Komite Audit pada Perusahaan adalah sebagai berikut:

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

1. Ketua Komite (Komisaris Independen Perusahaan) : **Amran Nangasan**

Chairman (Company Independent Commissioner)

2. Anggota Komite :

Committee Members

a) Komisaris Independen Perusahaan : **Muhamad Ichsan**

Independent Commissioners

b) Pihak Independen : **Dr. H. Mawarto, M. Si**

Independent Party

• Tugas dan Tanggung Jawab | Duties and Responsibilities

Membantu Dewan Komisaris dalam memantau dan memastikan efektifitas 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.

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 in order to assess the adequacy of internal controls including the financial reporting process.

- **Frekuensi Rapat | Meeting Frequency**

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

The appointed Audit Committee is obliged to hold a meeting at least once a month and the Audit Committee makes a quarterly report on the implementation of the Audit Committee's duties to the Board of Commissioners

(ii) **Komite Pemantau Risiko | Risk Oversight Committee**

- **Pembentukan | Establishment**

Komite Pemantau Risiko adalah Komite yang dibentuk oleh Dewan Komisaris berdasarkan Surat Keputusan Dewan Komisaris dan terakhir diubah dengan Surat Keputusan Dewan Komisaris No. 0001a/HLI-SK BOC/05/2020 pada tanggal 11 Mei 2020.

The Risk Oversight Committee is a Committee established by the Board of Commissioners based on the Decree of the Board of Commissioners and lastly amended by the Board of Commissioners Decree No. 0001a/HLI-SK BOC/05/2020 dated 11 May 2020.

- **Keanggotaan | Membership**

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

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

1. Ketua Komite (Komisaris Independen Perusahaan) : **Muhamad Ichsan**

Chairman (Company Independent Commissioner)

2. Anggota Komite:

Committee Members

a) Pejabat yang memiliki keahlian di bidang Manajemen Risiko dan/atau Aktuaria : **Amran Nangasan**

Officials who have expertise in the field of Risk Management and/or Actuarial

b) Pejabat yang memiliki keahlian di bidang keuangan, ekonomi, dan/atau perasuransian : **Robertus Deddy Gunawan**

Officials who have expertise in finance, economy, and/or insurance

- c) Pejabat lainnya yang ditunjuk (Kepala Unit Manajemen Risiko & Anti Pencucian Uang : **Anysa P. Ramdania**

Other appointed officials (Head of Risk Management & Anti-Money Laundering Unit

• **Tugas dan Tanggung Jawab | Duties and Responsibilities**

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

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. Menilai efektivitas manajemen risiko termasuk menilai toleransi risiko yang dapat diambil oleh Perusahaan;

Assessing the effectiveness of risk management including assessing the risk tolerance that can be taken by the Company;

2. Melakukan evaluasi secara berkala atas penerapan manajemen risiko;

Conduct periodic evaluations of the application of risk management;

3. Mengevaluasi piagam Komite Pemantau Risiko secara berkala disesuaikan dengan perkembangan ketentuan peraturan perundang-undangan;

Evaluate the Risk Oversight Committee charter periodically adjusted to the development of statutory provisions;

4. Melakukan identifikasi hal-hal lain yang menurut Komite Pemantau Risiko memerlukan perhatian Dewan Komisaris; dan

Identify other matters which according to the Risk Oversight Committee require the attention of the Board of Commissioners; and

5. Melakukan penugasan lain dari Dewan Komisaris.

Make other assignments from the Board of Commissioners

• **Frekuensi Rapat | Meeting Frequency**

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. Dalam tahun 2020, Komite Pemantau Risiko telah mengadakan 12 (dua belas) kali rapat, yaitu 5 (lima) kali melalui tatap muka dengan media elektronik dan 7 (tujuh) kali dengan keputusan sirkular.

The said appointed Risk Oversight Committee is obliged to organize meetings for a minimal

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 2020, Risk Oversight Committee has conducted 12 (twelve) meetings, i.e., 5 (five) times through face to face using electronic media and 7 (seven) times with the circular resolution.

b. Komite di bawah Direksi | *Committee under Board of Directors*

(i) Komite Investasi | *Investment Committee*

• **Pembentukan** | *Establishment*

Komite Investasi adalah Komite yang dibentuk oleh Direksi berdasarkan Surat Keputusan Direksi dan terakhir diubah dalam Surat Keputusan Direksi Nomor: 00025a/HLI-SK/03-2020 tanggal 31 Maret 2020.

Investment Committee is a committee established by the Board of Directors based on the Decree of the Board of Directors and the last amended by the Board of Directors Decree Number: 00025a/HLI-SK/03-2020 dated 31 March 2020.

• **Keanggotaan** | *Membership*

Ketua dan anggota Komite Investasi telah ditunjuk berdasarkan Surat Keputusan Direksi Nomor: 0099a/HLI-SK/11-2020 tanggal 17 November 2020. Adapun susunan keanggotaan dalam Komite Investasi pada Perusahaan adalah sebagai berikut:

The chairman and members of the Investment Committee have been appointed based on the Board of Directors Decree Number: 0099a/HLI-SK/11-2020 dated 17 November 2020. The composition of the membership in the Investment Committee in the Company is as follows:

1. Ketua Komite (Direktur yang membawahi fungsi investasi) : **Kwon Gihan**

Chairman (Director in charge of investment function)

2. Anggota Komite :

Committee Members

a) Aktuaris Perusahaan : **Budi Ramdani**

Company's Actuary

b) Pejabat yang membawahi Fungsi Investasi : **Robertus Deddy Gunawan**

Official in charge of the Investment Function

c) Manajer Investasi : **Dhamayanti Liger**

Investment Manager

• **Tugas dan Tanggung Jawab** | *Duties and Responsibilities*

A. Tugas | *Duties*

Komite Investasi bertanggungjawab kepada Direksi Perusahaan dan memiliki tugas sebagai berikut:

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

1. Membantu Direksi Perusahaan dalam merumuskan kebijakan investasi.
Assist Board of Directors in formulating the investment guideline.
2. Meninjau dan merekomendasikan arah kebijakan dan batasan investasi dalam Penganggaran dan Rencana Bisnis Perusahaan.
Review and recommend policies directions and limitations of investment in Corporate Budgeting and Business Plan.
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.
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. Memberikan pertimbangan untuk kegiatan investasi Perusahaan yang harus diputuskan berdasarkan prosedur yang berlaku.
Provide consideration related to Company's investment activities that must be decided based on the applicable procedures.
5. Merekomendasikan potensial investasi baru yang menguntungkan dalam batas risiko yang dapat dipertanggung-jawabkan.
Recommend potential investments that are profitable within the limits of risk that can be accounted for.
6. Mengevaluasi portofolio investasi Perusahaan secara berkala untuk memastikan penerapan prinsip kehati-hatian.
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.
Monitor the implementation of Company's investment policies and strategies to comply with regulatory requirements and Company's regulation.
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.
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. Menilai kinerja hasil investasi bulanan, kuartalan, semester dan tahunan untuk direkomendasikan kepada Direksi.
Assess the performance of monthly, quarterly, semester and yearly investment result to be recommended to the Board of Directors.
10. Membantu mewujudkan Risk Control Self-Assessment (RCSA) dalam lingkungan investasi sebagai alat kontrol dan sistem peringatan dini.
Helps to realize Risk Control Self-Assessment (RCSA) in the investment environment as a control tool and early warning system.

B. Tanggung Jawab | Responsibilities

Komite Investasi bertanggung jawab atas:

The Investment Committee is responsible for:

1. Tersedianya kebijakan investasi yang optimal dan sesuai dengan prinsip kehati-hatian.
The availability of an optimal investment policy in accordance with the prudent principles.
2. Terlaksananya kebijakan investasi sesuai dengan yang telah ditetapkan
The implementation of investment policies in accordance with those that have been determined.

- **Frekuensi Rapat | Meeting Frequency**

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. Komite dapat diminta untuk menyampaikan laporan kepada Direksi atas setiap pelaksanaan tugas, disertai dengan rekomendasi, jika diperlukan.

The Investment Committee that has been appointed is obliged to hold meetings once in a year or more frequent if necessary according to the needs of the Company. The Committee might be assigned to submit a report to the Board of Directors on each task implementation, along with the recommendations, if necessary

(ii) Komite Manajemen Risiko | Risk Management Committee

- **Pembentukan | Establishment**

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.

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.

- **Keanggotaan | Membership**

Ketua dan anggota Komite Manajemen Risiko telah ditunjuk berdasarkan Surat Keputusan Direksi Nomor: 00101/HLI-SK/12-2020 pada tanggal 1 Desember 2020. Adapun susunan keanggotaan dalam Komite Manajemen Risiko pada Perusahaan adalah sebagai berikut:

The chairman and members of the Risk Management Committee have been appointed based on the Decree of the Board of Directors Number: 00101/HLI-SK/12-2020 dated 1 December 2020. The composition of the membership in the Risk Management Committee in the Company is as follows:

1. Ketua Komite (Direktur Kepatuhan & CCO) : **Alexander F. Widjanarko**

Chairman (Compliance Director & CCO)

2. Anggota Komite :

Committee Member

- a) Direktur & CTO : **Francisca M. Ruswita**

Director & CTO

- b) Kepala Departemen Actuary : **Budi Ramdani**

Head of Actuary Department

- c) Kepala Departemen Finance, Investment, & General Affairs : **Robertus Deddy Gunawan**

Head of Finance, Investment, & General Affairs

- d) Kepala Unit Manajemen Risiko & Anti Pencucian Uang : **Anysa P. Ramdania**

Risk Management and Anti Money Laundering Unit Head

- **Tugas dan Tanggung Jawab | Duties and Responsibilities**

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

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

1. Melakukan penyusunan strategi dan pedoman penerapan Manajemen Risiko;
Establish strategy and guideline for Risk Management implementation;
2. Melakukan perbaikan atau penyesuaian pelaksanaan Manajemen Risiko berdasarkan hasil evaluasi pelaksanaan Manajemen Risiko;
Enhancement or adjustment for Risk Management implementation based on the evaluation result of Risk Management implementation;
3. Penetapan hal-hal yang terkait dengan keputusan bisnis yang menyimpang dari prosedur normal;
Establishment of matters related to business decisions that deviate from normal procedures; and
4. Menilai aktivitas Manajemen Risiko termasuk menilai toleransi risiko yang dapat diambil oleh Perusahaan
assess the effectiveness of risk management including assessing risk tolerance that can be taken by the Company.

- **Frekuensi Rapat | Meeting Frequency**

Komite Manajemen Risiko yang telah diangkat tersebut berkewajiban untuk

mengadakan rapat atau pertemuan minimal 1 (satu) kali dalam 3 (tiga) bulan. Komite dapat menyampaikan laporan kepada Direktur Utama atas setiap pelaksanaan tugas, disertai dengan rekomendasi jika diperlukan.

The Risk Management Committee that has been appointed is obliged to hold meetings once every 3 months. The Committee submits a report to the Board of Directors on each task implementation, along with the recommendations, if necessary.

2. **Unit Kerja/Satuan Kerja | Working Unit**

a. **Unit Kerja Kepatuhan | Compliance Working Unit**

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 Kepatuhan. Satuan Kerja ini ditetapkan berdasarkan Surat Keputusan Direksi dan terakhir diubah dalam Surat Keputusan Direksi Nomor: 00097/HLI-SK/03-2020 tanggal 27 Oktober 2020.

Responsible for assisting the Board of Directors to ensure compliance with the laws and regulations in the insurance business and other laws and regulations and reports directly to the Compliance Director. This Working Unit was established based on the Board of Directors Decree as lastly amended by the Board of Directors Decree Number: 00097/HLI-SK/03-2020 dated 27 October 2020.

Adapun susunan anggota unit kerja kepatuhan adalah:

The membership composition of compliance working unit is as follows:

a) Ketua / Chairperson : Selvy Junaedi

b) Anggota / Member : Timotius Arief Nugroho

b. **Unit Kerja atau Fungsi Manajemen Risiko | Risk Management Working Unit or Function**

Bertugas untuk melakukan pengelolaan dan berkoordinasi untuk melakukan penerapan manajemen risiko secara konsisten dan berkala. Fungsi manajemen risiko ini telah ditetapkan berdasarkan Surat Keputusan Direksi No. 00035/HLI-SK/06-2020 dan menunjuk Anysa P. Ramdania sebagai pejabat yang bertanggung jawab atas fungsi manajemen risiko.

Responsible to managing and coordinating the risk management implementation consistently and periodically. This function has been determined based on BOD Decree No. 00035/HLI-SK/06-2020 and appointed Anysa P. Ramdania as an official in charge of risk management function.

c. **Satuan Kerja atau Fungsi Pengelolaan Investasi | Investment Working Unit or Functions**

Bertugas untuk melakukan pengelolaan terhadap investasi Perusahaan. Fungsi ini telah ditetapkan berdasarkan Surat Keputusan Direksi No. 021/SK-DIR/X/2017 tanggal 20 Oktober 2017 dan menunjuk Dhamayanti Liger sebagai penanggung jawab fungsi wakil Manajer Investasi.

Responsible to managing the Company's investment. This function has been determined based on BOD Decree No. 021/SK-DIR/X/2017 dated 20 October 2017 and appointed Dhamayanti Liger as an official in charge of Investment Manager representative function.

d. **Pejabat yang Bertanggung Jawab atas Penerapan Program Anti Pencucian Uang dan Pencegahan Pendanaan Terorisme (APU PPT) | Official that Responsible For Anti Money**

Pejabat APU PPT bertugas secara independen untuk mengawasi proses dan memantau transaksi yang dapat dikategorikan mencurigakan. Penunjukan pejabat ini ditetapkan berdasarkan Surat Keputusan Direksi No. 00073/HLI-SK/07-2020 tanggal 21 Juli 2020.

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.

Adapun pejabat APU PPT yang ditunjuk adalah:

The appointed officials of APU PPT are as follows:

a) *Pejabat / Official*

Nama / *Name* : Alexander F. Widjanarko

Jabatan / *Title* : Direktur Kepatuhan / *Compliance Director*

b) *Pelaksana / Executor*

1. Nama / *Name* : Anysa P. Ramdania

Posisi / *Position* : Enterprise Risk Management Manager

2. Nama / *Name* : Sartika Frida Nababan

Posisi / *Position* : AML/KYC Officer

e. **Satuan Kerja Internal Auditor** | *Internal Audit Working Unit*

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 Retza Denny Istiawan sebagai Internal Auditor berdasarkan Surat Keputusan Internal Auditor No. 144/HLI-DIR/11-2017 tanggal 25 Oktober 2017.

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 Retza Denny Istiawan as the Internal Auditor based on BOD Decree No. 144/HLI-DIR/11-2017 dated 25 October 2017.



Laporan Keuangan | Financial Statements

LAPORAN POSISI KEUANGAN
PER 31 DESEMBER 2020 DAN 2019
(dalam jutaan rupiah)

ASET	2020	2019	LIABILITAS DAN EKUITAS	2020	2019
I. INVESTASI			I. UTANG		
1 Deposito Berjangka	438.800,00	458.300,00	1 Utang Klaim	11.807,73	6.345,47
2 Sertifikat Deposito	-	-	2 Utang Koasuransi	-	-
3 Saham	-	-	3 Utang Reasuransi	2.119,82	1.099,33
4 Obligasi Korporasi	10.548,78	36.882,75	4 Utang Komisi	6.869,29	5.617,87
5 MTN	-	-	5 Utang Pajak	1.076,66	1.986,19
6 Surat Berharga yang Diterbitkan oleh Negara RI	990.056,94	956.915,11	6 Biaya yang Masih Harus Dibayar	12.377,57	14.673,32
7 Surat Berharga yang Diterbitkan oleh Negara Selain Negara RI	-	-	7 Utang Lain	36.791,61	24.286,38
8 Surat Berharga yang Diterbitkan oleh Bank Indonesia	-	-			
9 Surat Berharga yang Diterbitkan oleh Lembaga Multinasional	-	-	8 Jumlah Utang (1 s/d 7)	71.042,67	54.008,56
10 Reksa Dana	453.860,11	443.754,55			
11 Efek Beragun Aset	-	-	II. CADANGAN TEKNIS		
12 Dana Investasi Real Estat	-	-	9 Cadangan Premi	122.378,04	113.693,09
13 REPO	-	-	10 Cadangan Atas Premi Yang Belum Merupakan Pendapatan	4.719,67	12.857,88
14 Penyertaan Langsung	-	-	11 Cadangan Klaim	5.608,71	11.767,89
15 Tanah, Bangunan dengan Hak Strata, atau Tanah dengan Bangunan, untuk Investasi	1.106,29	1.216,92	12 Cadangan atas Risiko Bencana (Catastrophic)	342,00	342,00
16 Pembiayaan Melalui Kerjasama dengan Pihak Lain (Executing)	-	-			
17 Emas Murni	-	-	13 Jumlah Cadangan Teknis (9 s/d 12)	133.048,42	138.660,86
18 Pinjaman yang Dijamin dengan Hak Tanggungan	-	-			
19 Pinjaman Polis	93,75	-	14 Jumlah Liabilitas (8 + 13)	204.091,09	192.669,43
20 Investasi Lain	-	-			
21 Jumlah Investasi (1 s/d 20)	1.894.465,88	1.897.069,33	15 Pinjaman Subordinasi	-	-
II. BUKAN INVESTASI					
22 Kas dan Bank	48.411,68	20.488,66	III. EKUITAS		
23 Tagihan Premi Penutupan Langsung	2.114,43	10.681,81	16 Modal Disetor	2.180.000,00	2.180.000,00
24 Tagihan Premi Reasuransi	-	-	17 Agio Saham	-	-
25 Aset Reasuransi	22.453,70	30.243,96	18 Saldo Laba	(318.184,48)	(330.187,25)
26 Tagihan Klaim Koasuransi	-	-	19 Komponen Ekuitas Lainnya	-	-
27 Tagihan Klaim Reasuransi	18.824,18	17.494,11			
28 Tagihan Investasi	-	-	20 Jumlah Ekuitas (16 s/d 19)	1.861.815,52	1.849.812,75
29 Tagihan Hasil Investasi	20.453,35	19.804,45			
30 Bangunan dengan Hak Strata atau Tanah dengan Bangunan untuk Dipakai Sendiri	7.308,16	8.038,83	21 Jumlah Liabilitas dan Ekuitas (14 + 15 + 20)	2.065.906,60	2.042.482,18
31 Biaya Akuisisi yang Ditangguhkan	-	-			
32 Aset Tetap Lain	6.169,02	8.885,57			
33 Aset Lain	45.706,21	29.775,46			
34 Jumlah Bukan Investasi (22 s/d 33)	171.440,72	145.412,85			
35 Jumlah Aset (21 + 34)	2.065.906,60	2.042.482,18			

DEWAN KOMISARIS DAN DIREKSI

DEWAN KOMISARIS	
KOMISARIS UTAMA	: Kim Jun IL
KOMISARIS INDEPENDEN	: H. Amran Nangasan
KOMISARIS INDEPENDEN	: Muhamad Ichsan
DIREKSI	
DIREKTUR UTAMA	: Yeom Kyung Seon
DIREKTUR	: Kwon Gi Han
DIREKTUR	: RR Francisca M. Ruswita
DIREKTUR KEPATUHAN	: 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 dikaitkan dengan investasi, dengan perincian sbb:

ASET	2020	2019
ASET		
a. Investasi	41.242,62	32.946,86
b. Bukan Investasi	-	-
Jumlah Aset	41.242,62	32.946,86
LIABILITAS		
a. Utang	1.325,26	339,20
b. Cadangan Teknis	39.917,37	32.607,66
Jumlah Liabilitas	41.242,62	32.946,86
PENDAPATAN PREMI	36.506,72	32.134,34
HASIL INVESTASI	345,56	324,75
KLAIM DAN MANFAAT	4.024,31	4.521,29

**LAPORAN LABA RUGI
DAN PENGHASILAN KOMPREHENSIF LAIN
UNTUK TAHUN YANG BERAKHIR PADA TANGGAL 31 DESEMBER 2020 DAN 2019
(dalam jutaan rupiah)**

URAIAN	2020	2019
1 PENDAPATAN		
2 Pendapatan Premi	72.408,13	78.618,58
3 Premi Reasuransi	8.229,07	10.016,72
4 Penurunan (Kenaikan) CAPYBMP	5.898,01	(5.062,91)
5 Jumlah Pendapatan Premi Neto	70.077,07	63.538,95
6 Hasil Investasi	126.363,53	123.911,03
7 Imbalan Jasa DPLK / Jasa Manajemen Lainnya	-	-
8 Pendapatan Lain	4.640,50	2.004,07
9 Jumlah Pendapatan	201.081,10	189.454,05
10 BEBAN		
11 Klaim dan Manfaat		
a. Klaim dan Manfaat Dibayar	46.020,39	37.044,95
b. Klaim Penebusan Unit	4.024,31	4.521,29
c. Klaim Reasuransi	18.424,33	13.515,80
d. Kenaikan (Penurunan) Cadangan Premi	3.812,84	(9.336,35)
e. Kenaikan (Penurunan) Cadangan Klaim	(3.046,73)	(892,79)
f. Kenaikan (Penurunan) Cadangan atas Risiko Bencana (Catastrophic)"	-	-
12 Jumlah Beban Klaim dan Manfaat	32.386,49	17.821,30
13 Biaya Akuisisi		
a. Beban Komisi - Tahun Pertama	7.861,05	10.584,14
b. Beban Komisi - Tahun Lanjutan	1.896,71	1.220,08
c. Beban Komisi - Overiding	5.631,51	3.133,92
d. Beban Lainnya	22.131,39	11.941,43
14 Jumlah Biaya Akuisisi	37.520,65	26.879,56
15 Jumlah Beban Asuransi	69.907,14	44.700,86
16 Beban Usaha		
a. Beban Pemasaran	4.085,81	6.619,90
b. Beban Umum & Administrasi		
- Beban Pegawai dan Pengurus	57.883,20	65.453,80
- Beban Pendidikan dan Pelatihan	903,88	1.388,68
- Beban Umum dan Administrasi Lainnya	38.538,28	42.159,64
c. Beban Manajemen	-	-
d. Beban Mortalitas	-	-
e. Beban (Hasil) Usaha Lainnya	4.822,32	1.023,35
17 Jumlah Beban Usaha	106.233,50	116.645,37
18 Jumlah Beban	176.140,64	161.346,23
19 Kenaikan (Penurunan) Nilai Aset	7.309,71	11.045,02
20 Laba (Rugi) Sebelum Pajak	17.630,76	17.062,80
21 Pajak Penghasilan	-	-
22 Laba (Rugi) Setelah Pajak	17.630,76	17.062,80
23 Pendapatan Komprehensif Lain	16.074,88	11.244,13
24 Total Laba (Rugi) Komprehensif	33.705,64	28.306,93

REASURADUR UTAMA

NAMA REASURADUR	%
Reasuransi Dalam Negeri	
1. PT Maskapai Reasuransi Indonesia	76,24%
2. PT Reasuransi Nasional Indonesia	12,22%
3. PT Tugu Reasuransi Indonesia	0,46%
4. PT Reasuransi Indonesia Utama	11,08%

**INDIKATOR KESEHATAN KEUANGAN
PER 31 DESEMBER 2020 DAN 2019
(dalam jutaan rupiah)**

KETERANGAN	2020	2019
PEMENUHAN TINGKAT SOLVABILITAS		
A. Tingkat Solvabilitas		
a. Aset Yang Diperkenankan	1.966.628,29	1.923.137,20
b. Liabilitas (kecuali Pinjaman Subordinasi)	167.616,22	171.128,26
c. Jumlah Tingkat Solvabilitas	1.799.012,06	1.752.008,94
B. Modal Minimum Berbasis Risiko (MMBR)		
a. Risiko Kredit	17.706,66	18.353,70
b. Risiko Likuiditas	307,61	228,32
c. Risiko Pasar	2.000,22	2.107,62
d. Risiko Asuransi	7.254,02	9.485,37
e. Risiko Operasional	1.004,13	1.108,74
f. Jumlah MMBR	28.272,65	31.283,75
C. Kelebihan (Kekurangan) Tingkat Solvabilitas	1.770.739,41	1.720.725,19
D. Rasio Pencapaian (%) *	6363,08%	5600,38%
RASIO SELAIN TINGKAT SOLVABILITAS		
a. Rasio Kecukupan Investasi (%)	1740,05%	1559,35%
b. Rasio Likuiditas (%)	1422,35%	1342,86%
c. Rasio Perimbangan Hasil Investasi dengan Pendapatan Premi Neto (%)	196,89%	180,62%
d. Rasio Beban (Klaim, Usaha, dan Komisi) terhadap Pendapatan Premi Neto (%)	273,26%	250,10%

Keterangan :

- *) Sesuai dengan ketentuan Pasal 3 ayat (1), ayat (2), dan ayat (3) Peraturan Otoritas Jasa Keuangan nomor 71/POJK.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 2020 yang telah diaudit oleh KAP Suharli, 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 2020, 1 US \$: Rp. 14.105
Kurs pada tanggal 31 Desember 2019, 1 US \$: Rp. 13.901

Jakarta, 31 Mei 2021

Direksi
PT. Hanwha Life Insurance Indonesia

S.E., & O

Direksi

Lokasi Kantor

| Office Location



HEAD OFFICE

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

JAKARTA PREMIER

World Trade Center Building 1, 12th Floor
Jl. Jend. Sudirman Kav. 29, Jakarta 12920
Tel : 021 - 508 16100 | Ext. 2289
Fax : 021 - 508 16111

JAKARTA

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

BSD - TANGERANG

Komp. Ruko Golden Boulevard Blok B No. 6
Jl. Pahlawan Seribu, BSD
Tangerang Selatan 15322
Tel : 021 - 538 5363
Fax : 021 - 538 5362

BEKASI

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

BOGOR

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

BANDUNG

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

SEMARANG

Jl. Indraprasta No. 132, Semarang 50313
Tel : 024 - 860 41992
Fax : 024 - 864 05371

YOGYAKARTA - LIFEPLUS LOUNGE

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

SURABAYA

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

BALI

Pertokoan Griya Akamanda Lantai2
Jl. Cok Agung Tresna No. 9 Dauh Puri Klod, Denpasar, Bali 80231
Tel : +62 361 478 6585

MEDAN SMART

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

MEDAN PREMIER

Jl. T. Amir Hamzah No. 3B-C
Medan 20117
Tel : +62 61 800 88518
Fax : +62 61 800 88519

MAKASSAR

Ruko Metro Square Latimojong Blok G.24
Kel. Lariangbangi, Kec. Makassar
Makassar
Tel : +62 - 411 894 5952

