



2024 Laporan Tahunan Annual Report

Orange wace





PT Hanwha Life Insurance Indonesia

Annual Report 2024

Daftar Isi

Table of Contents

CHAPTER 1

Tentang Hanwha Life Indonesia *About Hanhwa Life Indonesia*

Profil Perusahaan <i>Company Profile</i>	12
Visi, Misi & Filosofi Perusahaan <i>Vision, Mision & Company's Philosophy</i>	14
Logo Perusahaan <i>Company Logo</i>	16
Tonggak Pencapaian <i>Milestone</i>	18
Struktur Organisasi <i>Organizational structure</i>	20
Testimoni Karyawan <i>Employees Testimonial</i>	22
Testimoni Tenaga Pemasar <i>Agents Testimonial</i>	24
Penghargaan <i>Awards</i>	25

CHAPTER 2

Laporan Manajemen *Management Report*

Laporan Komisaris Utama <i>President Commissioner Report</i>	31
Laporan Direktur Utama <i>President Director Report</i>	35

CHAPTER 3

Profil Manajemen *Management Profile*

Profil Dewan Komisaris <i>Board of Commissioners Profile</i>	40
Profil Direksi <i>Board of Directors Profile</i>	44
Profil Pejabat Perusahaan <i>Chief of the Company Profile</i>	49





CHAPTER 4

Analisis Manajemen Management Analysis

Produk Hanwha Life Indonesia <i>Hanwha Life Indonesia's Product</i>	54
Peristiwa Penting <i>Significant Event</i>	55
Kegiatan Pengembangan & Pelatihan Karyawan <i>Employee Learning & Development Activities</i>	91
Penanganan Pengaduan Nasabah <i>Customer Complaint Handling</i>	102
Remunerasi Dewan Komisaris dan Direksi <i>Remuneration Board of Commissioners and Directors</i>	104
Komite di Bawah Pengawasan Dewan Komisaris, Direksi dan Fungsi Kerja <i>Committees under the Supervision of the Board of Commissioners, Directors and Working Function</i>	106

CHAPTER 5

Tata Kelola Perusahaan Good Corporate Governance

Tata Kelola Perusahaan <i>Good Corporate Governance</i>	136
Sistem Pengendalian Internal <i>Internal Control System</i>	139
Manajemen Risiko <i>Risk Management</i>	141
Budaya Perusahaan <i>Corporate Culture</i>	144
Fungsi Pengawasan Dewan Komisaris <i>Supervisory Function of the Board of Commissioners</i>	146
Kendala yang Dihadapi Perusahaan <i>Challenges Faced by the Company</i>	149
Kanal Distribusi dan Hasil Penjualan <i>Distribution Channels and Sales Results</i>	151

CHAPTER 6

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Corporate Social Responsibility

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan <i>Corporate Social Responsibility</i>	156
Lokasi Kantor <i>Office Location</i>	160
Pernyataan Tanggung Jawab <i>Statement of Responsibility</i>	162

Penjelasan Tema

Explanation of Theme



"ORANGE WAVE" adalah kelanjutan dari *campaign* tahun lalu yang kini ditetapkan sebagai *brand tagline* Hanwha Life di Indonesia. *Tagline* ini bukan hanya menjadi identitas komunikasi, tapi juga merepresentasikan semangat, nilai, dan arah strategi brand ke depan, terutama dalam menyasar generasi muda yang dinamis, kreatif, dan terhubung dengan budaya populer.

Warna oranye adalah identitas visual Hanwha Life. Warna ini melambangkan kehangatan, semangat, dan energi positif. Selaras dengan misi Hanwha Life untuk selalu hadir memberikan perlindungan dengan semangat yang membangun.

Terinspirasi dari istilah *Korean Wave (Hallyu)* yang merujuk pada penyebaran budaya populer Korea ke seluruh dunia. "Wave" melambangkan gerakan budaya yang dinamis, kolaboratif, dan penuh kreativitas.

Merupakan simbol dari semangat Hanwha Life yang tidak hanya menawarkan perlindungan finansial, tapi juga membangun koneksi emosional dengan masyarakat melalui *wellness, alliance, value, dan engagement*. Ini adalah gelombang kehangatan, semangat, dan budaya yang menyatukan Hanwha Friends di seluruh Indonesia.

"ORANGE WAVE" is a continuation of last year's campaign and is now established as Hanwha Life Indonesia's brand tagline. This tagline is more than just a communication identity, it represents the spirit, values, and direction of the brand, especially in targeting the young generation who are dynamic, creative, and connected to popular culture.

Orange is the signature color of Hanwha Life. It symbolizes warmth, spirit, and positive energy. Reflecting Hanwha Life's mission to provide protection with a constructive and uplifting presence.

Inspired by the term *Korean Wave (Hallyu)*, which refers to the global spread of Korean popular culture. "Wave" represents a movement that is cultural, collaborative, and full of creative energy.

This concept embodies Hanwha Life's effort to offer not only financial protection but also emotional connection with the community—through *wellness, alliance, value, and engagement*. It's a wave of warmth, spirit, and culture that unites all Hanwha Friends across Indonesia.

Kesinambungan Tema

Theme Continuity

2023

Orange Wave



Pada tahun 2023, Hanwha Life Indonesia memperkuat komitmennya dalam membangun hubungan yang berkelanjutan dengan nasabah, mitra, dan karyawan melalui peluncuran kampanye brand "ORANGE WAVE". Kampanye ini mencerminkan semangat kolaborasi, nilai, dan keterlibatan yang menjadi fondasi budaya perusahaan. Terinspirasi dari warna identitas Hanwha dan semangat Korean Wave, ORANGE WAVE mengusung empat nilai utama: Well-being, Alliance, Value, dan Engagement, yang secara keseluruhan mendorong terciptanya kesejahteraan, sinergi, dan loyalitas di seluruh ekosistem Hanwha Life Indonesia. Melalui inisiatif ini, perusahaan terus memperkuat posisinya sebagai mitra terpercaya yang hadir mendampingi masyarakat Indonesia dalam mencapai kehidupan yang lebih baik dan terlindungi.

In 2023, Hanwha Life Indonesia strengthened its commitment to building sustainable relationships with customers, partners, and employees through the launch of the "ORANGE WAVE" brand campaign. This campaign reflects the spirit of collaboration, values, and engagement that are the foundation of the company's culture. Inspired by Hanwha's identity colors and the spirit of the Korean Wave, ORANGE WAVE carries four core values: Well-being, Alliance, Value, and Engagement, which collectively encourage the creation of prosperity, synergy, and loyalty throughout the Hanwha Life Indonesia ecosystem. Through this initiative, the company continues to strengthen its position as a trusted partner present to accompany the Indonesian people in achieving a better and more protected life.

2022

Hadiahkan Cinta with Love +

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

In 2022, Hanwha Life Indonesia continues the previous Brand Campaign in 2021 'Hadiahkan Cinta with Love' by slightly changing the theme in 2022 to 'Hadiahkan Cinta Love Plus'. Through 'Hadiahkan Cinta Love Plus', the Company would like to provide full support to all groups ranging from Customers, Agents, Employees and the entire community of Indonesia to be able to slowly rise from the Covid-19 pandemic situation by strengthening protection for families and increasing the value of life through various programmes as proof of Hanwha Life's love for the entire community.



2021

Hadiahkan Cinta with Love

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

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



2020

MAKE IT HAPPEN *Hanwha jadi nyata*

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

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

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

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



2019

HIDUP LEBIH *Bersama Hanwha Life*

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

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

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

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

Ikhtisar Data Keuangan Penting

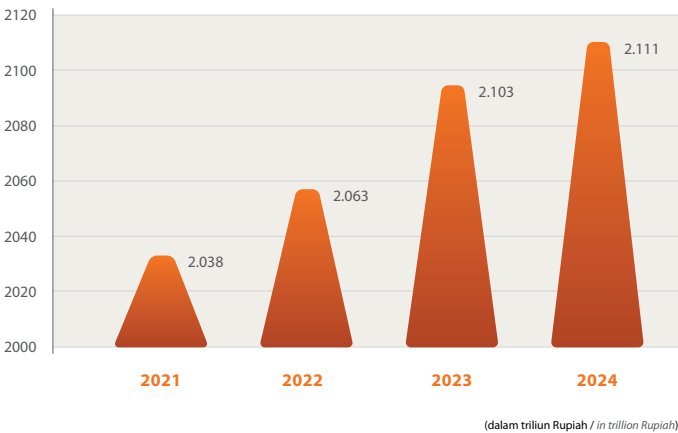
Financial Performance

Ikhtisar Keuangan
Financial Highlights

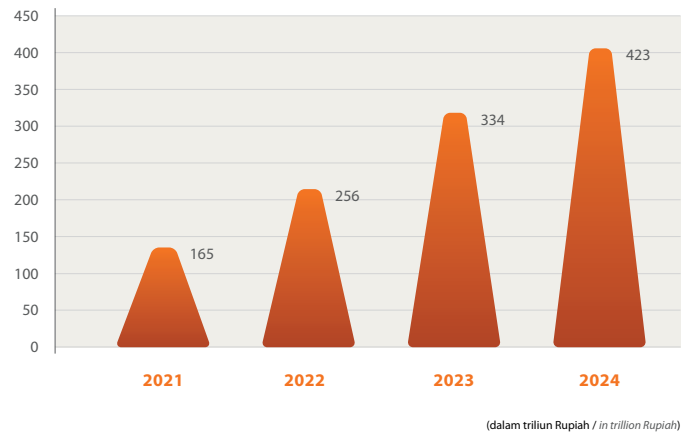
(dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain)
(in million Rupiah, unless otherwise stated)

Uraian Description	2024	2023
Jumlah Aset Total Assets	2.111.825.974.252	2.103.994.322.033
Jumlah Liabilitas Total Liabilities	423.259.370.361	334.236.138.966
Jumlah Ekuitas Total Equity	1.688.566.603.891	0 1.769.758.183.067
Jumlah Liabilitas dan Ekuitas Total Liability and Equity	2.111.825.974.252	2.103.994.322.033
Laporan Laba (Rugi) Statements of Profit (Loss)		
Jumlah Pendapatan Total Income	276.831.371.020	253.685.048.259
Penghasilan Investasi Investment Income	52.894.040.068	100.902.363.758
Beban Usaha Operating Expenses	124.167.708.267	121.676.836.622
Laba dan (Rugi) Tahun Berjalan Profit and (Loss) for the Year	(82.225.502.245)	(42.056.328.262)
Jumlah Penghasilan Komprehensif Lain Total Other Comprehensive Income	1.033.923.069	5.213.834.117
Total Laba (Rugi) Komprehensif Tahun Berjalan Total Comprehensive Profit (Loss) for the Year	(81.191.579.176)	(36.842.494.145)

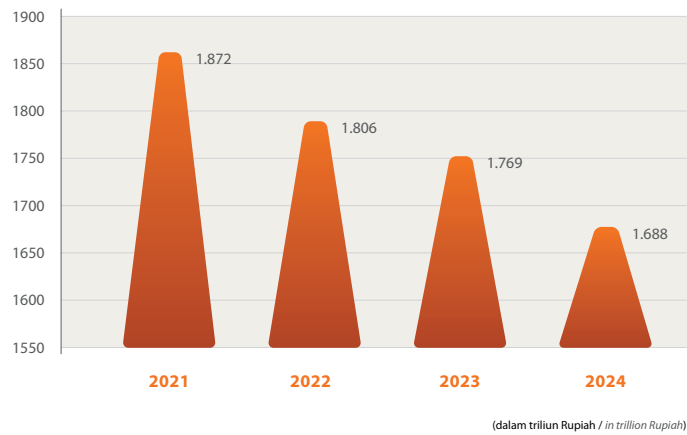
Aset
Assets



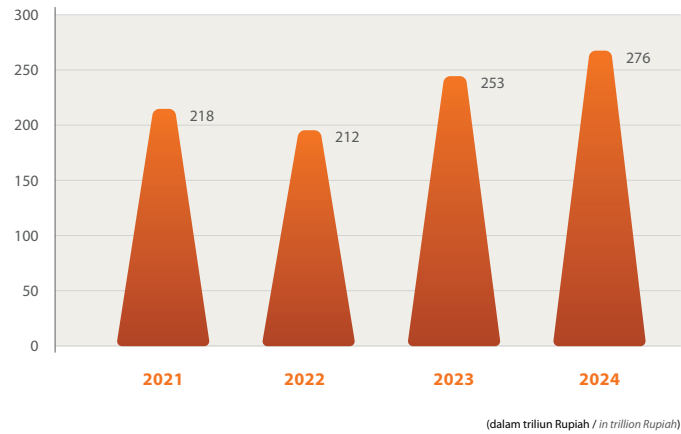
Liabilitas
Liabilities



Ekuitas
Equity

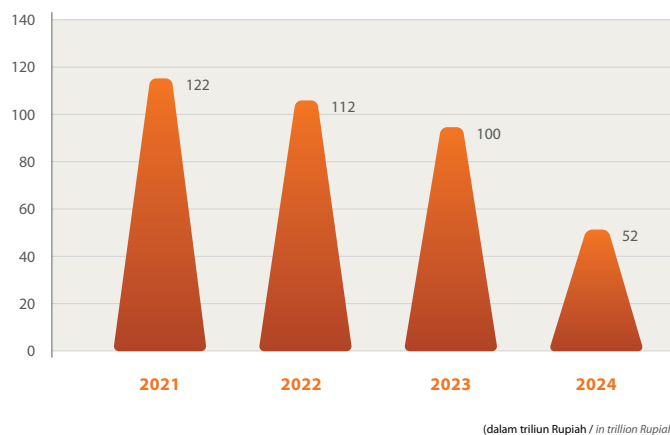


Jumlah
Pendapatan
Total Revenue



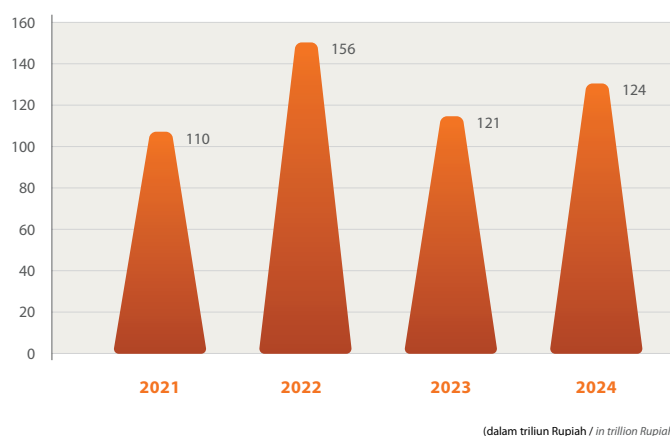
Penghasilan Investasi

Investment Income



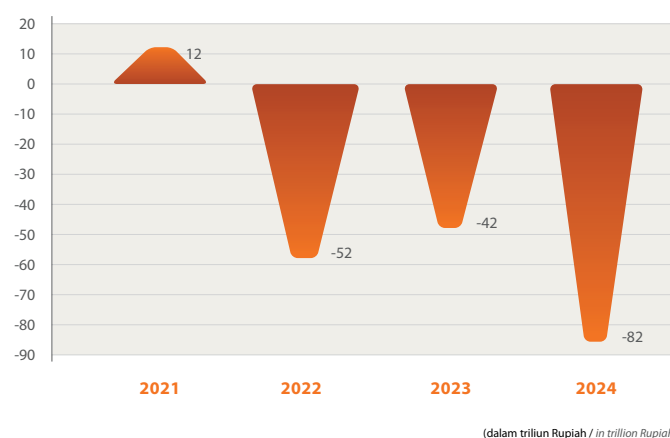
Beban Usaha

Operating Expenses



Labanya dan (Rugi) tahun berjalan

Profit and (Loss) for the year







Tentang Hanwha Life Insurance Indonesia
About Hanwha Life Insurance Indonesia

1

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 Company 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 on 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

Total Employees

202 Karyawan
Employees

(per Desember 2024
as of December 2024)

Pihak Yang Dapat Dihubungi

Contact Address

✉ corp.secretary@hanwhalife.co.id
corporate.communication@hanwhalife.co.id
care@hanwhalife.co.id

☎ (+62) 21 50816111



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

Media Sosial

Social Media

📷 @hanwhalife.id
📘 @HanwhaLife.id
📺 Hanwha Chingu
🌐 Hanwha Life Indonesia

Situs Web Perusahaan

Company Website

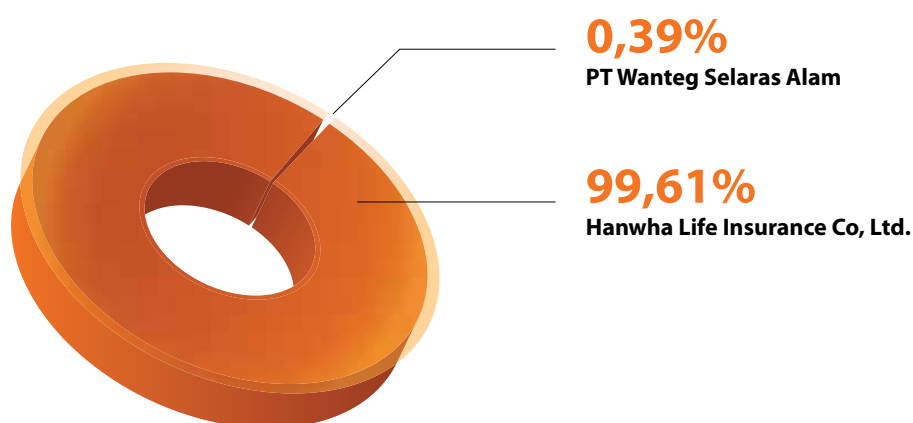
🌐 www.hanwhalife.co.id

Data Perusahaan

Corporate Data

Susunan Pemegang Saham

Shareholders Composition



Nama Pemegang Saham Shareholder's Name	Kepemilikan Ownership (dalam Rupiah / in IDR)
Hanwha Life Insurance Co. Ltd.	2.171.400.000.000
PT Wanteg Selaras Alam	8.600.000.000
Total	2.180.000.000.000

Visi, Misi & Filosofi Perusahaan

Vision, Mission & Company's Philosophy

Visi

Menjadi perusahaan asuransi jiwa terdepan berbasis teknologi dengan pelayanan yang hangat.

Vision

To be a leading technology-based life insurance company with warm service.

Misi

Untuk sampai pada visi tersebut, Perusahaan akan:

- Berinovasi dalam proses transformasi digital yang menjangkau masyarakat dan calon nasabah dengan mengadakan berbagai inisiatif dan program-program yang mendorong kebiasaan hidup sehat;
- Mencapai kesempurnaan dalam proses operasional yang mengedepankan prinsip-prinsip ESG (Environmental, Social and Governance);
- Menjadi adaptif dalam menjawab kebutuhan nasabah dan masyarakat akan proteksi dan perlindungan.

Mission

To achieve this vision, the Company will:

- *Innovate in the digital transformation process that reaches out to the public and prospective customers by conducting various initiatives and programs that encourage healthy living habits;*
- *Achieve excellence in operational processes that prioritize ESG (Environmental, Social and Governance) principles;*
- *Be adaptive in responding to customer and community needs for care and protection.*

Filosofi

- **Kepercayaan**
Keyakinan yang tercipta dari janji yang dipenuhi.
- **Kesetiaan**
Menghargai setiap hubungan yang ada dan bersedia untuk memenuhi setiap tanggung jawab yang muncul.

Philosophy

- **Trust**
Trust gain from the promise fulfilled.
- **Loyalty**
Valuing each existing relationship and being willing to fulfil any responsibilities that arise.

Nilai – Nilai Perusahaan

- **Tantangan**
Kami percaya pada tantangan menantang status quo dalam mengejar keunggulan melalui perubahan dan inovasi.
Prinsip Bertindak:
 - Profesionalisme > menjaga profesionalisme setiap saat
 - Kreativitas dan Keterbukaan > Tetap berpikiran terbuka dan kreatif
 - Menantang Tujuan > Tetapkan tujuan/sasaran yang menantang untuk dicapai
- **Dedikasi**
Kami berdedikasi pada Perusahaan, nasabah dan satu sama lain untuk mencapai tujuan yang lebih besar.
Prinsip Bertindak:
 - Perusahaan > Selaras dengan tujuan bersama Perusahaan
 - Pelanggan > Berpusat pada pelanggan
 - Kolega > Berkolaborasi dengan kolega
- **Integritas**
Kami meyakini pentingnya bertindak dengan integritas dalam segala hal yang kita lakukan, sebagai individu dan karyawan.
Prinsip Bertindak:
 - Ketaatan pada prinsip > Bersikap jujur pada diri sendiri dan orang di sekitar
 - Evaluasi yang Adil > Berkomitmen pada pekerjaan yang lebih besar, tujuan yang lebih besar, perlakukan semua orang dengan adil dan penuh rasa hormat

Company Values

- **Challenge**
We believe in challenging the status quo in the pursuit of excellence through change and innovation.
Action Principles:
 - Professionalism > maintain professionalism at all times
 - Creativity and Openness > Keep an open mind and be creative
 - Challenging Goals > Set challenging goals/objectives to achieve
- **Dedication**
We are dedicated to our Company, customers and one another to achieve a greater goal.
Action Principles:
 - Company > Align to the Company's common goal
 - Customer > Be customer-centric
 - Colleagues > Collaborate with your colleagues
- **Integrity**
We believe in acting with integrity in everything we do, as individuals and employees.
Action Principles:
 - Adherence to principles > Be honest with yourself and to those around you
 - Fair Evaluation > Commit to greater work, a greater cause, treat everyone fairly and with respect

9 Experience in Hanwha Life Indonesia



CoreValues

Challenge

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

Professionalism

Maintain professionalism at all times

Creativity and Openness

Keep an open mind and be creative

Challenging Goals

Set challenging goals to achieve

Dedication

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

Company

Align to the company's common goal

Customer

Be customer-centric

Colleagues

Collaborate with your colleagues

Integrity

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

Adherence to principles

Be honest with yourself and to those around you

Fair Evaluation

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

Logo Perusahaan

Company Logo

Tiga Lingkaran Hanwha

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

Hanwha Tricircle

Hanwha's symbol, the “tricircle,” is a combination of dynamic circles in 3 different color tones. The “tricircle” is an essential element of Hanwha's corporate branding to clearly express and symbolically visualize its corporate brand identity. In addition, by conveying an image of “unlimited growth” through a dynamic expression of energy, Hanwha acquires its visual equity in an effective way.



Komposisi

Composition

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

It is composed of 3 (three) circles limitlessly evolving and growing through constant changes and innovations.

Arti

Meaning

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

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

Ekspresi

Expression

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

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



HANWHA EDUCATION

Tonggak Pencapaian

Milestone

1946

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 9, 1946

1994

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 17, 1994 as a life insurance company

2002

Korea Life kemudian bergabung dengan Hanwha Group pada 12 Desember 2002

Korea Life joins with Hanwha Group on December 12, 2002

2003

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

2005

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

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

2012

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

Korea Life changed its name to Hanwha Life Insurance on October 9, 2012 with vision of "A Global Insurance Company, Growing Together With Customers"

2013

Hanwha Life Insurance Korea mengakuisisi PT Multicor Life Insurance dalam rangka memulai bisnis di Indonesia dan menjadikan namanya sebagai PT Hanwha Life Insurance Indonesia, yang beroperasi secara resmi pada tanggal 24 Oktober 2013

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

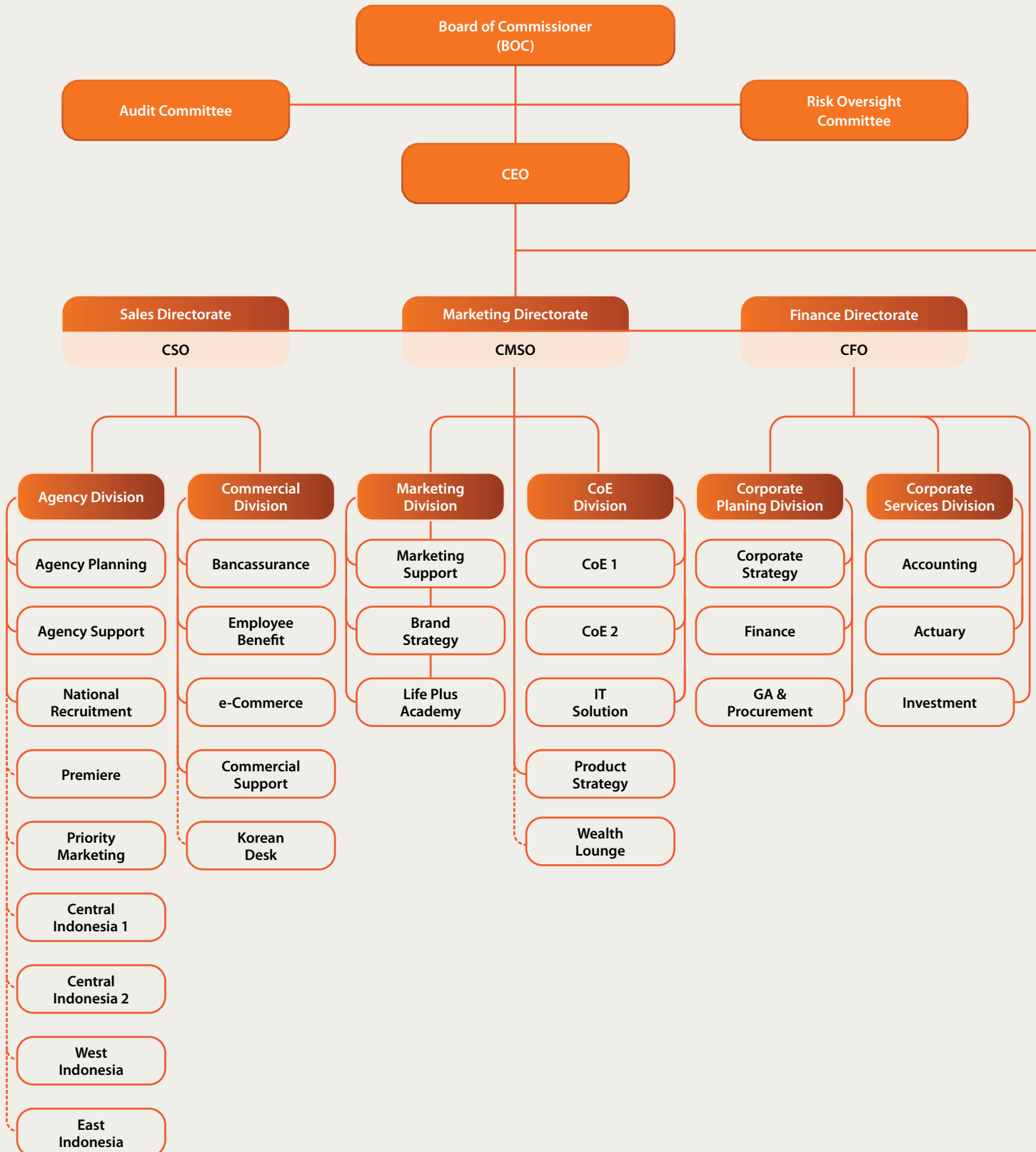
2023

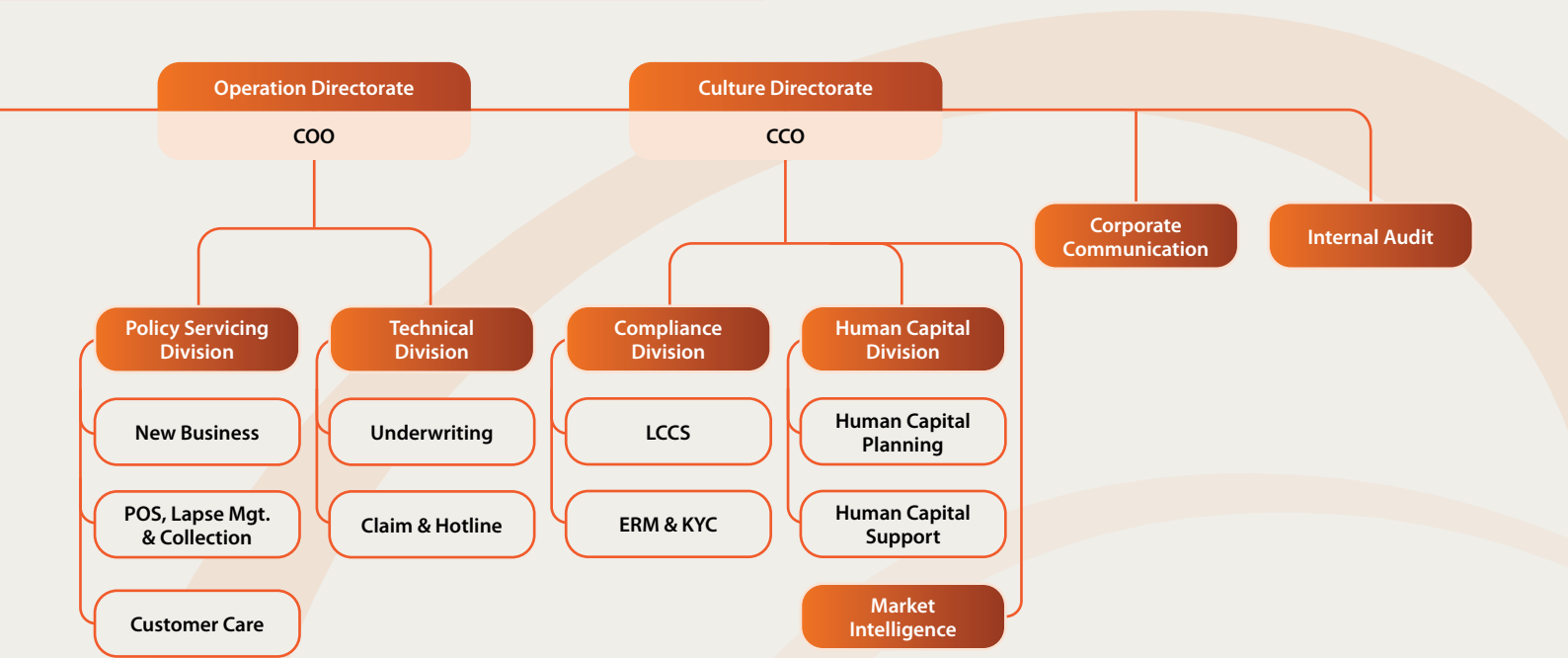
PT Hanwha Life Insurance Indonesia resmi mengakuisisi PT Lippo General Insurance Tbk pada 29 Maret 2023 setelah memperoleh persetujuan Otoritas Jasa Keuangan pada 29 Desember 2023. Aksi korporasi ini merupakan salah satu langkah strategis Perusahaan untuk memperluas bisnis Hanwha Life secara berkelanjutan di Indonesia.

PT Hanwha Life Insurance Indonesia officially acquired PT Lippo General Insurance Tbk on March 29, 2023 after obtaining approval from the Financial Services Authority on December 29 2023. This corporate action is one of the Company's strategic steps to expand Hanwha Life's business in a sustainable manner in Indonesia.

Struktur Organisasi

Organizational Structure





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

Testimoni Karyawan

Employees Testimonial

Sri Sulastri

Head of Finance Department



Selama lebih dari 10 tahun Saya bekerja di Hanwha Life Indonesia, Saya tumbuh tidak hanya secara profesional, tetapi juga secara pribadi. Perjalanan panjang ini telah membentuk Saya menjadi pribadi yang lebih disiplin, bertanggung jawab, dan tangguh dalam menghadapi berbagai tantangan dalam pekerjaan. Saya merasa bangga bisa menjadi bagian dari keluarga besar Hanwha Life Indonesia.

Dengan dukungan tim yang solid serta suasana lingkungan kerja yang suportif menjadikan perusahaan ini rumah kedua yang memberi kenyamanan bagi Saya. Komitmen perusahaan terhadap integritas dan profesionalisme menjadikan pengalaman ini sangat berharga dan membentuk Saya menjadi pribadi yang lebih matang untuk karier Saya selanjutnya.

Terima kasih kepada segenap jajaran manajemen, atasan, dan seluruh keluarga besar Hanwha Life Indonesia yang telah menjadi bagian penting dari perjalanan karier Saya.

Saya berharap akan tetap dan terus memberikan kontribusi maksimal Saya untuk kemajuan Hanwha Life Indonesia di masa depan.

For more than 10 years working at Hanwha Life Indonesia, I have grown not only professionally but also personally. This long journey has shaped me into a more disciplined, responsible, and resilient individual in facing various challenges at work. I am proud to be part of the Hanwha Life Indonesia family.

With the support of a solid team and a supportive work environment, this company has become a second home that provides me with a sense of comfort. The company's commitment to integrity and professionalism has made this experience truly meaningful and helped shape me into a more mature individual for the next steps in my career.

Thank you to the entire management team, my superiors, and the extended Hanwha Life Indonesia family who have been an important part of my career journey.

I hope to continue giving my best contributions to support the future growth of Hanwha Life Indonesia.

Arnold Simanjuntak

Head of Corporate Service Division



Bekerja di PT Hanwha Life Insurance Indonesia selama lebih dari 10 tahun, Saya dapat melihat bagaimana perusahaan ini terus berkembang dan berinovasi. Menjadi saksi berkembangnya perusahaan menuju ke arah digitalisasi membuat Saya merasa bangga menjadi bagian dari perjalanan perusahaan ini dan berkontribusi pada kemajuan perusahaan. Saya sangat menghargai kesempatan yang diberikan untuk tumbuh dan berkembang, serta budaya kerja yang kuat dan mendukung karyawan untuk mencapai tujuan mereka.

Saya merasa beruntung menjadi bagian dari tim yang solid dan berdedikasi untuk mencapai tujuan perusahaan. Saya juga sangat bersyukur dengan pengalaman kerja yang Saya miliki dan merasa bahwa perusahaan ini benar-benar peduli dengan kepuasan nasabahnya dan juga kepada karyawan. Saya sangat merekomendasikan PT Hanwha Life Insurance Indonesia sebagai tempat kerja yang baik dan mendukung pertumbuhan karir.

"It does not matter how slowly you go as long as you do not stop." - Confucius

Having worked at PT Hanwha Life Insurance Indonesia for more than 10 years, I have witnessed how this company continues to grow and innovate. Being a witness to the company's transformation toward digitalization makes me proud to be a part of this journey and contribute to the company's progress. I truly appreciate the opportunities given to grow and develop, as well as the strong work culture that supports employees in achieving their goals.

I feel fortunate to be part of a solid and dedicated team focused on achieving the company's objectives. I am also very grateful for the work experience I have gained and feel that this company genuinely cares about customer satisfaction as well as its employees. I highly recommend PT Hanwha Life Insurance Indonesia as a great place to work and a company that supports career growth.

"It does not matter how slowly you go as long as you do not stop." - Confucius

Robertus Deddy Gunawan

Head of Corporate Planning Division



Tidak terasa sudah lebih dari satu dekade Saya menjadi bagian dari Hanwha Life Indonesia. Selama 12 tahun terakhir, perjalanan ini bukan sekadar soal pekerjaan — tetapi tentang bagaimana Saya tumbuh bersama organisasi yang terus berkembang dan bertransformasi.

Banyak hal yang telah Saya pelajari dan alami selama berada di sini. Hanwha Life Indonesia memberikan ruang untuk berkembang, mendorong kita berpikir strategis, bekerja lintas fungsi, dan menghadapi berbagai tantangan dengan kepala tegak. Di tengah perubahan dinamika industri dan organisasi, Saya melihat Hanwha tetap konsisten menjaga nilai dan arah jangka panjangnya dan itu memberi makna tersendiri bagi Saya sebagai seorang profesional.

Saya percaya bahwa bertahan selama 12 tahun bukan hanya soal waktu, tapi soal komitmen — komitmen untuk terus belajar, untuk berkontribusi secara nyata, dan untuk tumbuh bersama rekan-rekan yang memiliki semangat yang sama. Di Hanwha Life Indonesia, Saya merasa diberi kepercayaan, didorong untuk terus berkembang, dan diberi ruang untuk membawa perubahan.

Melihat ke belakang, Saya bersyukur bisa menjadi bagian dari perjalanan ini. Dan ke depan, Saya tetap antusias untuk melangkah lebih jauh bersama Hanwha, karena Saya percaya, masih banyak hal baik yang bisa kita capai bersama.

It scarcely feels like twelve years have passed since I first joined Hanwha Life Indonesia. This journey has been far more than a professional engagement — it has been a path of personal growth, shared progress, and meaningful contribution within an organisation that continues to evolve with purpose.

I have learned and experienced many things during my time here. Hanwha Life Indonesia provides room to grow, encourages us to think strategically, work cross-functionally, and face challenges head on. In the midst of changing industry and organizational dynamics, I see Hanwha consistently maintaining its values and long-term direction and that gives me meaning as a professional.

I believe that staying with a company for 12 years is not just about time, but about commitment — a commitment to continuous learning, to making real contributions, and to growing alongside colleagues who share the same passion. At Hanwha Life Indonesia, I feel trusted, supported in my growth, and given the space to drive meaningful change.

Looking back, I am sincerely grateful to have played a part in this shared journey. And looking ahead, I remain enthusiastic about the road forward with Hanwha confident that together, we can continue to pursue progress and create lasting impact.

Testimoni Tenaga Pemasar

Agents Testimonial

Iwan Wijaja

Top Agent National 2024

- Top Fine Recruiter



Saya merasa sangat bangga dan bersyukur bisa meraih penghargaan sebagai Top Agent National Fine Recruiter 2024.

Perjalanan saya bersama keluarga besar Hanwha Life Insurance Indonesia dimulai pada tahun 2022, tepatnya bersama tim Infinite Agency Premier Medan. Saat itu, saya melihat peluang luar biasa ketika *leader* saya mengajak bergabung, dan sejak saat itu, saya terus termotivasi untuk tumbuh dan berkembang.

Pencapaian ini tentu bukan hasil dari usaha pribadi semata, melainkan berkat bimbingan dari *leader* yang luar biasa serta dukungan penuh dari tim manajemen. Kolaborasi dan semangat tim yang kuat telah menjadi kunci utama dalam perjalanan saya hingga bisa sampai pada titik ini.

Terima kasih Hanwha Life Insurance Indonesia atas kesempatan dan dukungannya. Semoga kita semua terus melangkah maju dan meraih lebih banyak kesuksesan di masa yang akan datang.

Sukses selalu untuk Hanwha Life!

I am truly proud and grateful to have been awarded the title of Top Agent National Fine Recruiter 2024.

My journey with the big family of Hanwha Life Insurance Indonesia began in 2022, specifically with the Infinite Agency Premier Medan team. At that time, when my leader invited me to join. I saw a tremendous opportunity—and since then, I have been consistently motivated to grow and develop.

This achievement is certainly not the result of personal effort alone. It was made possible thanks to the guidance of an exceptional leader and the full support from the management team. Strong collaboration and team spirit have been the key drivers behind my journey to this point.

Thank you, Hanwha Life Insurance Indonesia, for the trust and support. May we all continue to move forward and achieve even greater success in the future.

Wishing continued success for Hanwha Life!

Agustina

Top Agent National 2024

- Top Producer



Sebagai seorang *leader* sekaligus tenaga pemasar, saya selalu menjalankan setiap tugas dengan sepenuh hati, mengedepankan pelayanan menyeluruh atau *one-stop service* bagi nasabah.

Bagi saya, menjadi tenaga pemasar bukan sekadar menjual polis, tetapi tentang membangun kepercayaan yang tulus dan jangka panjang dengan nasabah.

Hal yang sama juga saya terapkan dalam membina tim. Kepemimpinan bukan hanya soal memperbesar tim, tetapi juga memastikan bahwa setiap anggota merasa nyaman, didukung, dan tumbuh bersama dengan bimbingan yang konsisten dari *leader* mereka.

Saya bersyukur, bersama Hanwha Life Insurance Indonesia, saya dapat mewujudkan hal-hal tersebut. Sejak bergabung pada tahun 2021 hingga hari ini, berbagai target dan pencapaian telah berhasil diraih. Semua ini tidak terlepas dari dukungan penuh dari para *leader*, rekan tim, dan tentu saja Hanwha Life Insurance Indonesia.

As a leader and also a marketing agent, I always carry out every task with full dedication, prioritizing comprehensive service or one-stop service for our clients.

For me, being a marketing agent is not just about selling policies; it's about building sincere and long-term trust with clients.

I apply the same approach in nurturing my team. Leadership is not only about growing the team but also ensuring that every member feels comfortable, supported, and grows alongside consistent guidance from their leader.

I am grateful that, with Hanwha Life Insurance Indonesia, I have been able to realize these goals. Since joining in 2021 until today, I have achieved various targets and accomplishments. All of this has been made possible through the full support from our leaders, team members, and, of course, Hanwha Life Insurance Indonesia.

Penghargaan

Awards



WARTA EKONOMI: INDONESIA DIGITAL INNOVATION AWARD 2024

The Most Innovative Life Insurance for Implementing Technology and Digital Innovation to Improve Customer Service Quality



INFOBANK: DIGITAL BRAND AWARDS 2024

"The 2nd Best Conventional Life Insurance"



THE ECONOMICS: INDONESIA 50 BEST CSR AWARDS 2024

Indonesia Best CSR Brand Equity Awards 2024 In Insurance Category



HUKUM ONLINE: REGULATORY COMPLIANCE AWARDS 2024

Category Gold - Notable Enterprise in Regulatory Compliance



WARTA EKONOMI: INDONESIA BEST FOREIGN CEO 2024

The Best Foreign CEO 2024 for Optimizing Protection Benefit through Innovation and Service Expansion



THE ECONOMICS: INDONESIA TOP INSURANCE AWARDS 2024

5th Indonesia Top Insurance Awards 2024 - in Life Insurance - Asset > 1 Trillion Category



TOP BUSINESS: TOP GRC AWARDS 2024

Top GRC Awards 2024 #4 Stars



TOP BUSINESS: TOP GRC AWARDS 2024

The Most Committed GRC Leader 2024 -
Namkoong Hoon – President Director



MEDIA ASURANSI: 2024 INSURANCE AWARD

Best Life Insurance Ekuitas Rp1,25 Triliun –
Rp4 Triliun



HUKUM ONLINE: INDOONESIAN IN-HOUSE COUNSEL SUMMIT & AWARDS 2024

The Most Respected In-Housel Counsel –
Alexander Febriano Widjanarko



TOP BUSINESS: TOP HUMAN CAPITAL AWARDS 2024

Top Human Capital Awards 2024 #4 Stars



TOP BUSINESS: TOP HUMAN CAPITAL AWARDS 2024

The Most Committed Top Leader on
Human Capital 2024 - Namkoong Hoon –
President Director



WARTA EKONOMI: INDONESIA BEST INSURANCE AWARDS 2024

Indonesia Best Life Insurance 2024 for Strengthening Business Development through Innovation and Digital Transformation – Life Insurance, Total Assets 1T-5T



ItWorks TOP BUSINESS: TOP DIGITAL AWARDS 2024

Golden Trophy – TOP Digital Awards 2024



ItWorks TOP BUSINESS: TOP DIGITAL AWARDS 2024

TOP Digital Implementation 2024 #5 Stars



ItWorks TOP BUSINESS: TOP DIGITAL AWARDS 2024

TOP Leader on Digital Implementation 2024 - Namkoong Hoon – President Director



Laporan Manajemen
Management Report

2



Laporan Komisaris Utama

President Commissioner Report

Para Pemegang Saham dan Pemangku Kepentingan yang terhormat,

Puji Syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua, sehingga PT Hanwha Life Insurance Indonesia (selanjutnya disebut sebagai “Perusahaan” atau “Kami”) dapat melalui tahun 2024 dengan kinerja yang baik. Suatu kehormatan bagi saya mewakili jajaran Dewan Komisaris untuk menyampaikan Laporan Pengawasan Dewan Komisaris atas kinerja Direksi Perusahaan di sepanjang tahun 2024.

Dewan Komisaris terus menjalankan perannya dalam mengawasi dan memberikan nasihat kepada Direksi dengan komitmen penuh terhadap prinsip kehati-hatian, tanggung jawab, dan itikad baik, untuk memastikan kepentingan Perusahaan dan para pemangku kepentingan terjaga dengan baik. Dalam melaksanakan tugasnya, Dewan Komisaris senantiasa berpegang pada ketentuan Anggaran Dasar Perusahaan, peraturan yang berlaku, serta prinsip-prinsip Tata Kelola Perusahaan yang Baik (GCG), dengan tetap menjaga independensi dalam setiap keputusan yang diambil.

Pada tahun 2024, Dewan Komisaris memperkuat perannya dengan lebih intensif mengawasi jalannya operasional dan pengelolaan perusahaan oleh Direksi. Fokus utama kami adalah memberikan masukan dan rekomendasi yang strategis kepada Direksi, khususnya dalam hal perencanaan dan implementasi rencana kerja serta strategi bisnis perusahaan. Kami juga terus mendorong agar proses pengambilan keputusan dilakukan secara transparan dan akuntabel, sejalan dengan prinsip-prinsip tata kelola yang baik.

Secara keseluruhan, kami ingin menyampaikan pandangan dan penilaian kami mengenai perkembangan perusahaan selama tahun 2024. Kami berharap setiap langkah yang diambil oleh perusahaan akan selalu berlandaskan pada prinsip kehati-hatian dan mendukung tercapainya tujuan jangka panjang perusahaan, serta memberikan manfaat yang optimal bagi seluruh pemangku kepentingan.

Penilaian Kinerja Direksi

Berdasarkan data kinerja tahun 2024, kami memberikan apresiasi tinggi terhadap kepemimpinan dan arahan strategis Direksi yang telah memberikan kontribusi signifikan terhadap pencapaian luar biasa PT Hanwha Life Insurance Indonesia. Perusahaan mencatatkan Pendapatan Premi Bruto sebesar IDR 252,95 miliar, yang mengalami kenaikan 50% dibandingkan tahun 2023 dan melebihi target yang ditetapkan sebesar 13%. Pencapaian ini sangat berarti, mengingat tren industri secara keseluruhan yang mengalami penurunan total pendapatan premi sebesar 2%. Meskipun industri mengalami penurunan selama empat tahun berturut-turut, perusahaan berhasil mencatatkan pertumbuhan luar biasa sebesar 142% dibandingkan tahun 2021.

Keberhasilan ini merupakan hasil langsung dari komitmen Direksi dalam melaksanakan strategi bisnis yang terencana dan terus berkembang. Perusahaan berhasil memaksimalkan potensi bisnis yang ada, menjalin kerja sama dengan broker, meningkatkan performa agen aktif, serta memperluas jaringan melalui pembukaan kantor pemasaran di seluruh Indonesia.

Dear respected Shareholders and Stakeholders,

Glory be to God Almighty for all of His kindness and grace shown to each and every one of us, enabling PT Hanwha Life Insurance Indonesia (henceforth referred to as the “Company” or “We”) to operate profitably throughout 2024. It is an honour for me to represent the Board of Commissioners to convey the Board of Commissioners’ Supervision Report on the performance of the Board of Directors of the Company throughout 2024.

The Board of Commissioners has continued to fulfill its role in overseeing and providing advice to the Board of Directors with full commitment to the principles of caution, responsibility, and good faith, ensuring that the interests of the Company and stakeholders are well protected. In carrying out its duties, the Board of Commissioners always adheres to the provisions of the Company’s Articles of Association, applicable regulations, and the principles of Good Corporate Governance (GCG), while maintaining independence in every decision made.

In 2024, the Board of Commissioners strengthened its role by more intensively overseeing the operations and management of the company by the Board of Directors. Our primary focus has been to provide strategic input and recommendations to the Board of Directors, particularly in terms of planning and implementing the company’s work plan and business strategy. We also continued to encourage decision-making processes to be carried out transparently and accountably, in line with good governance principles.

Overall, we would like to present our views and assessment of the company’s progress during 2024. We hope that every step taken by the company will always be based on prudence and will support the achievement of the company’s long-term goals, while delivering optimal benefits to all stakeholders.

Assessment of the Board of Directors’ Performance

Based on the 2024 performance data, we highly appreciate the leadership and strategic direction of the Board of Directors, which has made a significant contribution to the remarkable achievements of PT Hanwha Life Insurance Indonesia. The company recorded a Gross Premium Income of IDR 252.95 billion, marking a 50% increase compared to 2023 and exceeding the set target by 13%. This achievement is particularly meaningful given the overall industry trend, which saw a 2% decline in total premium income. Despite the industry’s decline for four consecutive years, the company successfully posted an extraordinary growth of 142% compared to 2021.

This success is a direct result of the Board of Directors’ commitment to executing a well-planned and continuously evolving business strategy. The company has maximized its existing business potential, established collaborations with brokers, improved the performance of active agents, and expanded its network through the opening of marketing offices across Indonesia.

Secara keseluruhan, kami sangat mengapresiasi kinerja yang telah diraih oleh Direksi sepanjang tahun 2024. Inisiatif strategis yang dilaksanakan telah memberikan landasan yang kuat untuk pertumbuhan ke depan. Meskipun tantangan masih ada, kami tetap yakin bahwa perusahaan, di bawah kepemimpinan Direksi, akan dapat menghadapinya dengan ketahanan dan tekad yang kuat. Kami percaya bahwa dengan strategi yang tepat, integritas yang tinggi, dan komitmen terhadap kualitas serta pelayanan, PT Hanwha Life Insurance Indonesia akan mampu mengatasi segala tantangan dan meraih kesuksesan di tahun-tahun mendatang.

Pandangan terhadap Penerapan Tata Kelola Perusahaan

Kami memberikan apresiasi tinggi terhadap penerapan Tata Kelola Perusahaan yang Baik (GCG) di PT Hanwha Life Insurance Indonesia pada tahun 2024. Dewan Komisaris menjalankan fungsi pengawasan secara rutin melalui rapat-rapat dengan Direksi dan Komite, memastikan kegiatan perusahaan berjalan sesuai rencana dan mencapai target yang ditetapkan.

Kami juga menghargai pembentukan Komite ESG yang bertugas mengawasi program terkait lingkungan dan sosial, serta transformasi digital yang meningkatkan efisiensi pelayanan. Penghargaan-penghargaan yang diterima perusahaan di tahun 2024, seperti "The Most Innovative Life Insurance" dan "Indonesia Best Life Insurance," mencerminkan keberhasilan dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan kepercayaan nasabah.

Selain itu, penyempurnaan *Board Manual* dan pedoman GCG yang diadopsi dari kantor pusat di Korea Selatan menunjukkan komitmen perusahaan untuk mengikuti praktik terbaik internasional dalam tata kelola dan pengelolaan risiko.

Secara keseluruhan, kami menghargai langkah-langkah yang diambil oleh Direksi untuk memperkuat tata kelola perusahaan dan memastikan pertumbuhan berkelanjutan. Kami percaya perusahaan akan terus berkembang dan memberikan nilai tambah bagi pemangku kepentingan di masa depan.

Pandangan Mengenai Prospek Bisnis

Dewan Komisaris telah mengevaluasi prospek usaha yang diusulkan oleh Direksi untuk tahun mendatang dalam sebuah pembahasan saat rapat Rencana Bisnis dan Anggaran Perusahaan Tahun 2025. Kami memandang prospek usaha yang diusulkan telah mengakomodasi seluruh masukan dan rekomendasi dari Dewan Komisaris serta mempertimbangkan secara cermat proyeksi nasional.

Selain itu, kami juga akan memberikan dukungan penuh terhadap strategi-strategi yang telah dirumuskan oleh Direksi untuk memperkuat posisi Hanwha Life di industri asuransi Indonesia, meningkatkan efisiensi operasional, mengembangkan inovasi produk dan layanan, serta menjaga kualitas layanan kepada nasabah.

Perubahan Komposisi Dewan Komisaris

Sepanjang tahun 2024, terjadi satu kali perubahan dalam susunan Dewan Komisaris Perusahaan. Berdasarkan keputusan Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa, para Pemegang Saham telah menyetujui pemberhentian dengan hormat Bapak Muhamad Ichsan dari jabatannya sebagai Komisaris Independen, serta menyetujui pengangkatan Bapak Heryanto Eko Purnomo

Overall, we highly appreciate the performance delivered by the Board of Directors throughout 2024. The strategic initiatives implemented have laid a strong foundation for future growth. While challenges remain, we remain confident that the company, under the leadership of the Board of Directors, will be able to face them with resilience and determination. We believe that with the right strategy, high integrity, and commitment to quality and service, PT Hanwha Life Insurance Indonesia will be able to overcome all challenges and achieve continued success in the years to come.

Views on the Implementation of Corporate Governance

We highly appreciate the implementation of Good Corporate Governance (GCG) at PT Hanwha Life Insurance Indonesia in 2024. The Board of Commissioners regularly carries out its supervisory function through meetings with the Board of Directors and Committees, ensuring that the company's activities run as planned and achieve the set targets.

We also commend the establishment of the ESG Committee, tasked with overseeing environmental and social programs, as well as the digital transformation that enhances service efficiency. The awards received by the company in 2024, such as "The Most Innovative Life Insurance" and "Indonesia's Best Life Insurance," reflect success in improving service quality and customer trust.

Furthermore, the refinement of the Board Manual and GCG guidelines adopted from the head office in South Korea demonstrates the company's commitment to adhering to international best practices in governance and risk management.

Overall, we value the steps taken by the Board of Directors to strengthen corporate governance and ensure sustainable growth. We believe the company will continue to grow and provide added value for stakeholders in the future.

Overview on Business Prospects

The Board of Commissioners has evaluated the business prospects proposed by the Board of Directors for the upcoming year in a discussion during the 2025 Business Plan and Company Budget meeting. We believe that all the Board of Commissioners' suggestions and contributions have been taken into account, together with meticulous consideration of national projections, in the suggested commercial prospects.

Apart from that, we will also provide full support for the strategies that have been formulated by the Board of Directors to strengthen Hanwha Life's position in the Indonesian insurance industry, increase operational efficiency, develop product and service innovations, and uphold the standard of customer service.

Changes to the Board of Commissioners Composition

Throughout 2024, there was one change in the composition of the Company's Board of Commissioners. Based on the resolution of the Extraordinary General Meeting of Shareholders, the Shareholders approved the honorable discharge of Mr. Muhamad Ichsan from his position as Independent Commissioner, and approved the appointment of Mr. Heryanto Eko Purnomo as Independent

sebagai Komisaris Independen menggantikan beliau.

Dengan demikian, susunan Dewan Komisaris PT Hanwha Life Insurance Indonesia per tanggal 31 Desember 2024 adalah sebagai berikut:

Komisaris Utama: Kim Dongwook

Komisaris Independen: Budijanto Soedarpo

Komisaris Independen: Heryanto Eko Purnomo

Kami menyampaikan apresiasi dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Muhamad Ichsan atas kontribusi dan dedikasi yang telah diberikan selama menjabat sebagai Komisaris Independen. Kami mendoakan yang terbaik bagi beliau dalam perjalanan dan pencapaian profesional selanjutnya.

Apresiasi

Akhir kata, saya mewakili Dewan Komisaris menyampaikan terima kasih kepada para pemegang saham atas kepercayaan yang telah diberikan. Dewan Komisaris juga memberikan apresiasi yang tinggi kepada jajaran Direksi atas komitmennya dalam mengembangkan Perusahaan sepanjang tahun 2024 yang penuh tantangan.

Tak lupa, kami juga menyampaikan penghargaan setinggi-tingginya kepada seluruh Hanwha Heroes atas dedikasi dan kontribusi luar biasa yang telah diberikan, sehingga Hanwha Life Indonesia berhasil mencatatkan kinerja yang solid di tahun 2024. Kami berharap capaian ini dapat menjadi inspirasi dan motivasi bagi seluruh Hanwha Heroes untuk terus membawa Perusahaan menuju pertumbuhan yang lebih baik di masa mendatang.

Commissioner to replace him.

Accordingly, the composition of the Board of Commissioners of PT Hanwha Life Insurance Indonesia as of December 31, 2024, is as follows:

President Commissioner: Kim Dongwook

Independent Commissioner: Budijanto Soedarpo

Independent Commissioner: Heryanto Eko Purnomo

We extend our deepest appreciation and gratitude to Mr. Muhamad Ichsan for his contributions and dedication during his tenure as Independent Commissioner. We wish him continued success in his future professional endeavors.

Appreciation

Lastly, on behalf of the Board of Commissioners, I would like to express our sincere appreciation to the shareholders for the trust and support they have extended. We also extend our highest appreciation to the Board of Directors for their strong commitment in leading the Company through the challenges of 2024.

Our heartfelt gratitude also goes to all Hanwha Heroes for their exceptional dedication and contributions, which have enabled Hanwha Life Indonesia to deliver solid performance this year. May these accomplishments continue to inspire and motivate all Hanwha Heroes to drive the Company toward even greater success in the future.

Atas nama Dewan Komisaris PT Hanwha Life Insurance Indonesia

On behalf of the Board of Commissioners PT Hanwha Life Insurance Indonesia



Kim Dongwook

Komisaris Utama

President Commissioner



Laporan Direktur Utama

President Director Report

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

Dengan penuh rasa syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan karunia-Nya, PT Hanwha Life Insurance Indonesia (selanjutnya disebut "Perusahaan" atau "Kami") berhasil melalui tahun buku 2024 dengan tetap menjaga komitmen kuat terhadap inovasi, keberlanjutan, dan keunggulan layanan di tengah dinamika industri asuransi di Indonesia.

Saya mewakili jajaran Direksi dan manajemen, ingin menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada para nasabah, pemegang saham, mitra bisnis, dan seluruh pemangku kepentingan atas kepercayaan dan dukungan yang tidak pernah surut sepanjang tahun 2024. Di tengah perubahan kondisi ekonomi dan regulasi yang terus berlangsung, Perusahaan tetap fokus pada visi jangka panjangnya, memperkuat ketahanan operasional, serta menjalankan inisiatif strategis untuk memastikan pertumbuhan yang berkelanjutan dan penciptaan nilai bagi seluruh pemangku kepentingan.

Laporan Tahunan ini menyajikan kinerja Perusahaan, inisiatif strategis, serta pencapaian sepanjang tahun 2024. Laporan ini mencerminkan komitmen berkelanjutan kami dalam memberikan nilai tambah kepada seluruh pemangku kepentingan, sekaligus memperkuat peran Perusahaan dalam mendukung perkembangan industri asuransi di Indonesia. Melalui pelaporan yang transparan dan akuntabel, kami berupaya memberikan gambaran menyeluruh atas kinerja keuangan maupun non-keuangan, serta penerapan prinsip-prinsip Tata Kelola Perusahaan yang Baik (Good Corporate Governance/ GCG) secara konsisten.

Kinerja Bisnis & Keuangan

Tahun 2024 menjadi tahun yang menggembirakan bagi PT Hanwha Life Insurance Indonesia. Perusahaan mencatatkan pencapaian tertinggi dalam pendapatan premi bruto sebesar IDR 252,95 miliar, meningkat 50% dibandingkan tahun 2023. Pertumbuhan ini terutama didorong oleh kinerja yang kuat dari lini Kesehatan Kumpulan (87%), *Direct Marketing* (107%), *Bancassurance* (66%), serta kontribusi positif dari jalur keagenan (9%).

Peningkatan ini merupakan hasil dari strategi bisnis yang dijalankan sepanjang tahun, seperti memperluas kerjasama dengan bank dan broker, memperkuat kualitas tenaga pemasaran, serta menawarkan produk tradisional yang lebih sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Perusahaan optimis dapat terus tumbuh secara berkelanjutan dan memberikan nilai tambah bagi seluruh pemangku kepentingan, dengan tetap fokus pada pelayanan terbaik, inovasi, dan tata kelola perusahaan yang baik.

Dear Honourable Customers, Shareholders, Business Partners, and Stakeholders,

With heartfelt gratitude to the Almighty God for His continued blessings and grace, PT Hanwha Life Insurance Indonesia (hereinafter referred to as the "Company" or "We") successfully navigated the fiscal year 2024, continuing our strong commitment to innovation, sustainability, and service excellence in Indonesia's dynamic insurance industry.

On behalf of the Board of Directors and Management, I would like to extend our sincerest appreciation to our esteemed customers, shareholders, business partners, and stakeholders for their unwavering trust and support throughout 2024. Amidst ongoing economic and regulatory shifts, the Company has remained focused on its long-term vision, strengthened operational resilience, and pursued strategic initiatives to ensure sustainable growth and value creation for all stakeholders.

This Annual Report presents the Company's performance, strategic initiatives, and achievements throughout 2024. It reflects our continued commitment to delivering value to all stakeholders while reinforcing our role in supporting the development of Indonesia's insurance industry. Through transparent and accountable reporting, we aim to provide an in-depth overview of our financial and non-financial performance, as well as our consistent implementation of Good Corporate Governance (GCG).

Business & Financial Performance

The year 2024 was a promising and encouraging period for PT Hanwha Life Insurance Indonesia. The Company recorded its highest Gross Premium Income, reaching IDR 252.95 billion, a 50% increase compared to 2023. This strong growth was mainly driven by solid performance in Group Health (87%), Direct Marketing (107%), Bancassurance (66%), and positive contribution from the Agency channel (9%).

This increase was the result of business strategies carried out throughout the year, including expanding partnerships with banks and brokers, strengthening the quality of marketing personnel, and offering traditional insurance products that better suit customer needs.

The Company remains optimistic about continuing sustainable growth and delivering added value to all stakeholders, while maintaining a strong focus on excellent service, innovation, and good corporate governance.

Strategi Bisnis

Tahun 2025 akan menjadi tahun yang penuh peluang dan tantangan baru bagi PT Hanwha Life Insurance Indonesia. Sebagai perusahaan yang sedang berkembang, kami terus berupaya untuk menyesuaikan diri dengan perubahan pasar dan menjaga daya saing dalam industri asuransi jiwa yang semakin kompetitif. Kami tetap berkomitmen untuk mengutamakan kualitas dalam setiap aspek bisnis, sembari memanfaatkan kemajuan teknologi untuk meningkatkan efisiensi dan pelayanan bagi nasabah.

Di tahun 2025, kami akan melanjutkan strategi untuk memperkuat lini keagenan dengan meningkatkan jumlah tenaga pemasar dan membuka lebih banyak kantor pemasaran mandiri. Kami percaya, langkah ini akan memperluas jangkauan pasar dan memungkinkan kami untuk lebih dekat dengan calon nasabah di berbagai kota besar di Indonesia. Kami juga akan terus memperkuat kemitraan dengan bank-bank rekanan dalam lini *bancassurance*, sambil menjajaki potensi kerja sama dengan bank baru untuk memperluas saluran distribusi produk asuransi kami.

Selain itu, kami akan fokus pada pengembangan pemasaran digital, dengan mengoptimalkan platform *e-commerce* untuk memperluas jangkauan pasar, terutama di kalangan generasi muda yang semakin akrab dengan teknologi. Dengan tetap mengutamakan kualitas dan integritas dalam setiap keputusan yang diambil, kami yakin dapat menghadapi tantangan yang ada dan tumbuh secara berkelanjutan, memberikan nilai tambah bagi nasabah dan pemangku kepentingan kami.

Kami juga tetap berfokus pada pengelolaan risiko yang lebih baik, terutama di lini asuransi kesehatan kumpulan dan asuransi jiwa kredit. Perusahaan akan terus melakukan upaya seleksi yang ketat untuk memastikan hasil *underwriting* yang positif, sembari menjaga rasio klaim dalam batas yang sehat.

Dengan segala upaya ini, kami optimis dapat mencapai tujuan jangka panjang kami, mewujudkan pertumbuhan yang berkelanjutan, dan tetap memberikan layanan terbaik bagi seluruh nasabah kami.

Apresiasi

Mewakili jajaran Direksi & manajemen Perusahaan, saya ingin menyampaikan terima kasih kepada Dewan Komisaris atas bimbingan, arahan, dan pengawasan yang telah diberikan dalam mendukung aktivitas bisnis Perusahaan menjadi lebih baik. Saya juga menyampaikan apresiasi setinggi-tingginya kepada segenap karyawan atas dedikasi dan kerja kerasnya sehingga Perusahaan dapat terus berinovasi dan berkembang dalam menyediakan produk asuransi yang dapat menjangkau lebih banyak nasabah. Terlebih kepada Pemegang Saham, Nasabah, *Regulator*, dan Pemangku Kepentingan lainnya atas kepercayaan yang telah diberikan sehingga Perusahaan dapat terus berkembang. Segala dukungan tersebut memberikan arti yang besar bagi keberhasilan Perusahaan untuk melewati tahun-tahun yang penuh tantangan di masa mendatang. Dengan dukungan dan kerjasama dari para pemangku kepentingan, kami optimis dapat mencapai kemajuan lebih baik dalam mewujudkan visi, misi dan tujuan Perusahaan.

Business Strategies

2025 will be a year full of opportunities and new challenges for PT Hanwha Life Insurance Indonesia. As a growing company, we continue to adapt to market changes and maintain competitiveness in the increasingly competitive life insurance industry. We remain committed to prioritizing quality in every aspect of our business, while leveraging technological advancements to improve efficiency and service for our customers.

In 2025, we will continue our strategy to strengthen the agency line by increasing the number of sales agents and opening more independent marketing offices. We believe this step will expand our market reach and allow us to get closer to potential customers in various major cities across Indonesia. We will also continue to strengthen our partnerships with affiliated banks in the bancassurance line, while exploring potential collaborations with new banks to expand our product distribution channels.

Furthermore, we will focus on developing digital marketing by optimizing e-commerce platforms to broaden our market reach, especially among the younger generation who are becoming increasingly familiar with technology. By maintaining quality and integrity in every decision made, we are confident we can face the challenges ahead and grow sustainably, providing added value for our customers and stakeholders.

We will also remain focused on better risk management, particularly in the group health insurance and credit life insurance lines. The company will continue to make rigorous selection efforts to ensure positive underwriting results, while maintaining a healthy claims ratio.

With all these efforts, we are optimistic that we can achieve our long-term goals, achieve sustainable growth, and continue to provide the best service to all our customers.

Appreciation

On behalf of the Board of Directors & management of the Company, I would like to express my gratitude to the Board of Commissioners for the guidance, direction and supervision that has been provided to support the Company's business activities to become better. I also express my highest appreciation to all employees for their dedication and hard work that enables the Company to continue to innovate and develop in providing insurance products that can reach more customers. Moreover, to Shareholders, Customers, Regulators and Other stakeholders for the trust bestowed upon us so that we can keep growing. Those support holds significant meaning for the Company's success in facing the forthcoming challenging years. With the support and collaboration of stakeholders, we are optimistic about achieving greater progress in realizing the Company's vision, mission, and objectives.

Atas nama Direksi PT Hanwha Life Insurance Indonesia

On behalf of the Board of Directors PT Hanwha Life Insurance Indonesia

A handwritten signature in black ink, consisting of stylized cursive letters, likely representing the name Namkoong Hoon.

Namkoong Hoon

Direktur Utama & CEO of Hanwha Life Indonesia

President Director & CEO of Hanwha Life Indonesia



Hamuha





Profil Manajemen
Management Profile

3

Profil Dewan Komisaris

Board of Commissioners



Profil Komisaris

Board of Commissioners Profile



Kim Dongwook

Komisaris Utama

President Commissioner

Warga Negara Korea Selatan, 57 tahun, berdomisili di Korea Selatan. Beliau merupakan lulusan Jurnalisme dan Penyiaran dari Hankuk University, Korea Selatan pada tahun 1993 lalu kemudian mengambil program master *Commerce* dari Waseda University, Jepang dan lulus pada tahun 1996. Beliau juga memiliki gelar *Qualified Risk Governance Professional (QRGP)*.

Beliau mengawali karirnya di Hanwha Investment & Securities Co., Ltd pada tahun 1996 hingga tahun 2016 sebagai bagian dari tim *Global Business (E-business strategy & planning team, and derivative team)*. Kemudian, pada tahun 2016-2019 beliau juga dipercaya untuk menjadi *Director of Innovation Division*. Sebelum ditugaskan menjadi Komisaris Utama pada Perusahaan, beliau menjabat sebagai *Chief of Global Business Officer* di Hanwha Life Insurance Co. Ltd sejak Januari 2020 hingga saat ini. Pada tahun 2024, beliau menjabat juga sebagai Presiden Komisaris di PT Lippo General Insurance, Tbk.

Saat ini beliau menjabat sebagai Komisaris Utama Perusahaan berdasarkan Akta No. 5 tanggal 7 Juli 2023 serta Keputusan OJK No. KEP-15/NB.02/2023 tanggal 15 Februari 2023.

South Korean citizen, 57 years old, domiciled in South Korea. He graduated in Journalism and Broadcasting from Hankuk University, South Korea in 1993 and then took the Commerce master program from Waseda University, Japan and graduated in 1996. He also holds the title of Qualified Risk Governance Professional (QRGP).

He started his career at Hanwha Investment & Securities Co., Ltd in 1996 until 2016 as part of the Global Business team (E-business strategy & planning team, and derivatives team). Then, in 2016-2019 he was also trusted to become Director of Innovation Division. Prior to his appointment as President Commissioner of the Company, he served as Chief of Global Business Officer at Hanwha Life Insurance Co. Ltd since January 2020 until now. In 2024, he also served as President Commissioner of PT Lippo General Insurance, Tbk.

He currently serves as President Commissioner of the Company based on Deed No. 5 dated July 7, 2023 and OJK Decree No. KEP-15/NB.02/2023 dated February 15, 2023.

Profil Komisaris

Board of Commissioners Profile



Budijanto Soedarpo

Komisaris Independen

Independent Commissioner

Warga Negara Indonesia, umur 59 tahun, berdomisili di Indonesia. Beliau merupakan lulusan Teknik Sipil dari Universitas Tarumanegara pada tahun 1989 kemudian mengambil program magister *Business Administration (Finance)* dari Queensland University of Technology, Australia dan lulus pada tahun 2001. Beliau juga telah mendapat sertifikat kompetensi Manajemen Risiko Perbankan (Level 5) pada tahun 2021.

Beliau memulai karirnya di Astra Credit Company sebagai Administration Department Head sejak 1989-1992. Kemudian memulai karir di bidang perbankan di American Express Cards, Standard Chartered Bank, HSBC Indonesia. Pada tahun 2007-2013 beliau juga pernah bekerja di Vietnam pada Prudential Finance Vietnam Company, Ltd sebagai *Risk Management Director* dan ANZ Vietnam sebagai *Head of Retail Risk*. Beliau kemudian melanjutkan karirnya di Indonesia pada PT Bank CIMB Niaga Tbk sebagai *Senior Executive Vice President Consumer Credit Risk and Collection* pada Juni 2013-September 2017, HSBC Indonesia sebagai *Head of Retail Banking Wealth Management Risk* pada Oktober 2017 – Juli 2021, PT Bank Ina Perdana Tbk sebagai Direktur Retail Banking dan pernah menjabat sebagai *Chief Risk Officer* di PT Bank Aladin Syariah Tbk hingga Agustus 2023.

Saat ini beliau menjabat sebagai Komisaris Independen Perusahaan yang berdasarkan Akta No. 13 tanggal 12 Januari 2024 serta Keputusan OJK No. KEP-214/PD.02/2023 tanggal 27 November 2023.

Indonesian citizen, 59 years old, domiciled in Indonesia. He graduated in Civil Engineering from Tarumanegara University in 1989 and then took a master's program in Business Administration (Finance) from Queensland University of Technology, Australia and graduated in 2001. He has also received a certificate of competency in Banking Risk Management (Level 5) in 2021.

He started his career at Astra Credit Company as Administration Department Head from 1989-1992. Then he started his career in banking at American Express Cards, Standard Chartered Bank, HSBC Indonesia. In 2007-2013 he also worked in Vietnam at Prudential Finance Vietnam Company, Ltd as Risk Management Director and ANZ Vietnam as Head of Retail Risk. He then continued his career in Indonesia at PT Bank CIMB Niaga Tbk as Senior Executive Vice President Consumer Credit Risk and Collection from June 2013-September 2017, HSBC Indonesia as Head of Retail Banking Wealth Management Risk from October 2017 - July 2021, PT Bank Ina Perdana Tbk as Director of Retail Banking and has served as Chief Risk Officer at PT Bank Aladin Syariah Tbk until August 2023.

He currently serves as Independent Commissioner of the Company based on Deed No. 13 dated January 12, 2024 and OJK Decree No. KEP-214/PD.02/2023 dated November 27, 2023.

Profil Komisaris

Board of Commissioners Profile



Heryanto Eko Purnomo

Komisaris Independen

Independent Commissioner

Warga Negara Indonesia, umur 59 tahun, berdomisili di Indonesia. Beliau merupakan lulusan program Ekonomi dari Universitas Krisnadwipayana pada tahun 1989 kemudian mengambil program magister Administrasi Bisnis dari STIA LAN (MEP) dan lulus pada tahun 2008.

Beliau memiliki pengalaman luas dalam manajemen keuangan, risiko, dan strategi di sektor perbankan dan industri, dengan posisi terakhir sebagai Direktur Keuangan di PT Industri Kapal Indonesia (Persero). Sebelumnya beliau pernah menjabat sebagai Direktur Utama di PT Perusahaan Pengelola Aset Kapital dan Direktur Keuangan di PT Kharisma Pemasaran Bersama Nusantara. Selain itu, beliau memiliki pengalaman lebih dari 20 tahun di Indonesia Eximbank, termasuk sebagai *Senior Vice President* di berbagai divisi seperti *Risk Management and Strategic Planning*, *Treasury* dan *International*.

Saat ini beliau menjabat sebagai Komisaris Independen Perusahaan berdasarkan Akta No. 58 tanggal 30 Desember 2024 serta Keputusan OJK No. KEP-613/PD.02/2024 tanggal 28 Oktober 2024.

Indonesian citizen, 59 years old, domiciled in Indonesia. He graduated from the Economics program from Krisnadwipayana University in 1989 and then took a master's program in Business Administration from STIA LAN (MEP) and graduated in 2008.

He has extensive experience in financial management, risk and strategy in the banking and industrial sectors, with his last position as Finance Director at PT Industri Kapal Indonesia (Persero). Previously he served as President Director at PT Perusahaan Pengelola Aset Kapital and Finance Director at PT Kharisma Pemasaran Bersama Nusantara. In addition, he has more than 20 years of experience at Indonesia Eximbank, including as Senior Vice President in various divisions such as Risk Management and Strategic Planning, Treasury and International.

He currently serves as Independent Commissioner of the Company based on Deed No. 58 dated December 30, 2024 and OJK Decree No. KEP-613/PD.02/2024 dated October 28, 2024.

Profil Direksi

Board of Directors Profile



Profil Direksi

Board of Directors Profile



Namkoong Hoon

Direktur Utama
President Director

Warga Negara Korea Selatan, 47 tahun, berdomisili di Jakarta. Beliau merupakan lulusan dari Kyung Hee University, Korea Selatan dengan jurusan Ekonomi pada tahun 2004. Beliau juga memiliki gelar *Certified Risk Governance Professional* (CRGP).

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

Beliau diangkat sebagai Direktur Utama Perusahaan berdasarkan Akta No. 10 tanggal 15 September 2022 serta Keputusan OJK No. KEP-522/NB.11/2022 tanggal 22 Agustus 2022. Hingga saat ini, beliau masih menjabat sebagai Direktur Utama.

South Korean citizen, 47 years old, domiciled in Jakarta. He graduated from Kyung Hee University, South Korea with a major in Economics in 2004. He also holds a Certified Risk Governance Professional (CRGP) degree.

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

He was appointed as President Director of the Company based on Deed No. 10 dated September 15, 2022 and OJK Decree No. KEP-522/NB.11/2022 dated August 22, 2022. To date, he still serves as President Director.

Profil Direksi

Board of Directors Profile



RR Francisca M Ruswita

Direktur
Director

Warga Negara Indonesia, 57 tahun, berdomisili di Indonesia. Beliau menyelesaikan pendidikannya di Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam dari Universitas Indonesia pada tahun 1992. Beliau juga telah lulus sebagai *Fellow* dari Persatuan Aktuaris Indonesia (FSAI) pada tahun 1999 dan terdaftar di Persatuan Aktuaris Indonesia (PAI) sejak tahun 2001. Selain itu, beliau juga memiliki gelar *Certified Risk Governance Professional* (CRGP).

Beliau memulai karirnya di PT Asuransi Winterthur Life Indonesia sebagai Staf Penjualan pada tahun 1992 hingga jabatan terakhir sebagai Aktuaris Korporat pada tahun 2010. Kemudian, beliau menjabat sebagai Aktuaris Korporat di PT Zurich Topas Life dari tahun 2010 - 2016. Beliau kemudian menjabat sebagai Kepala Aktuaris di PT Hanwha Life Insurance Indonesia hingga tahun 2017.

Beliau menjabat sebagai Direktur dan *Chief Operating Officer* Perseroan berdasarkan Akta No. 39 tanggal 20 Oktober 2017 dan Keputusan OJK No. KEP-453/NB.11/2017 tanggal 10 Agustus 2017, dan telah pensiun efektif per 30 April 2025.

Indonesian citizen, 57 years old, domiciled in Indonesia. She completed her education at the Faculty of Mathematics and Natural Sciences from the University of Indonesia in 1992. She has also graduated as a Fellow of the Indonesian Actuary Association (FSAI) in 1999 and registered with the Indonesian Actuary Association (PAI) since 2001. In addition, she also holds the title of Certified Risk Governance Professional (CRGP).

She started his career at PT Asuransi Winterthur Life Indonesia as a Sales Staff in 1992 until his last position as Corporate Actuary in 2010. Then, she served as Corporate Actuary at PT Zurich Topas Life from 2010 - 2016. She then served as Chief Actuary at PT Hanwha Life Insurance Indonesia until 2017.

She serves as Director and Chief Operating Officer of the Company based on Deed No. 39 dated October 20, 2017 and OJK Decision No. KEP-453/NB.11/2017 dated August 10, 2017, and has retired effective as of April 30, 2025.

*menggunakan foto Annual Report 2023 yang diambil pada 2024
using the 2023 Annual Report photo taken in 2024

Profil Direksi

Board of Directors Profile



Kim Si Jun

Direktur

Director

Warga Negara Korea Selatan, umur 44 tahun, berdomisili di Jakarta. Beliau merupakan lulusan *program Economics & World Commerce* dari Soongsil University pada tahun 2007. Beliau kemudian melanjutkan pendidikannya dengan mengambil program magister *Business Administration* dari Yonsei University dan lulus pada tahun 2018. Beliau juga memiliki gelar *Associate Life Management Institute (ALMI)*, *Associate Qualification in Islamic Finance (AQIF)* dan *Certified Risk Governance Professional (CRGP)*.

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

Saat ini beliau menjabat sebagai Direktur dan *Chief Financial Officer* Perusahaan berdasarkan Akta No. 6 tanggal 3 November 2022 serta Keputusan OJK No. KEP-619/NB.11/2022 tanggal 18 Oktober 2022.

South Korean citizen, 44 years old, domiciled in Jakarta. He graduated from the Economics & World Commerce program from Soongsil University in 2007. He then continued his education by taking a master's program in Business Administration from Yonsei University and graduated in 2018. He also holds Associate Life Management Institute (ALMI), Associate Qualification in Islamic Finance (AQIF) and Certified Risk Governance Professional (CRGP) degrees.

He started his career at Hanwha Life Insurance Co., Ltd in 2006 as an In-house Consultant in the Retirement Pension Team. He was then assigned as MI and Deal Source in Malaysia from 2012-2013. Subsequently, he was trusted to lead the B2B Channel Strategy team until 2018 and the Overseas Business Management team until 2020. He was then appointed as Deputy General Manager in the Global Strategy Division team which handles various investment strategy projects.

He currently serves as Director and Chief Financial Officer of the Company based on Deed No. 6 dated November 3, 2022 and OJK Decree No. KEP-619/NB.11/2022 dated October 18, 2022.

Profil Direksi

Board of Directors Profile



Alexander Febriano Widjanarko

Direktur

Director

Warga Negara Indonesia, 43 tahun, berdomisili di Jakarta. Beliau merupakan lulusan Ilmu Hukum dari Universitas Trisakti pada tahun 2004. Beliau juga memiliki gelar *Certified Enterprise Risk Governance* (CERG), *Qualified Chief Risk Officer* (QCRO) dan Lisensi Advokat yang diperoleh dari asosiasi pada tahun 2024.

Beliau mengawali karirnya sebagai Staf Hukum di PT Bank Ekonomi Raharja Tbk pada tahun 2005 -2006. Kemudian, beliau pernah menjabat sebagai Staf Hukum Senior di PT Kalbe Farma Tbk pada tahun 2006 – 2008 dan di PT Dos Ni Roha dari tahun 2008 – 2010 sebagai *Senior Legal*. Beliau kemudian menjabat sebagai *Legal Manager* di PT Pacific Fiber Indonesia (RGE Group) pada tahun 2010 - 2013. Beliau memulai karir di bidang asuransi dengan menjadi *Head of Legal, Compliance & Corporate Secretary* di PT Asuransi Jiwa Sequis Life sejak tahun 2013 – 2019. Pada tahun 2019, beliau pernah menjabat sebagai Komisaris pada PT AJWCS Sinergi Satu dan PT AJWCS Sinergi Dua.

Saat ini beliau menjabat sebagai Direktur dan *Chief of Culture & Compliance Officer* berdasarkan Akta No. 1 tanggal 4 Maret 2020 serta Keputusan OJK No. KEP-59/NB.11/2020 tanggal 24 Februari 2020.

Indonesian citizen, 43 years old, domiciled in Jakarta. He graduated in Law from Trisakti University in 2004. He also holds Certified Enterprise Risk Governance (CERG), Qualified Chief Risk Officer (QCRO) and Advocate License obtained from the association in 2024.

He started his career as a Legal Staff at PT Bank Ekonomi Raharja Tbk in 2005-2006. Then, he served as Senior Legal Staff at PT Kalbe Farma Tbk from 2006 - 2008 and at PT Dos Ni Roha from 2008 - 2010 as Senior Legal. He then served as Legal Manager at PT Pacific Fiber Indonesia (RGE Group) from 2010 - 2013. He started his career in insurance as Head of Legal, Compliance & Corporate Secretary at PT Asuransi Jiwa Sequis Life from 2013 - 2019. In 2019, he served as Commissioner of PT AJWCS Sinergi Satu and PT AJWCS Sinergi Dua.

He currently serves as Director and Chief of Culture & Compliance Officer based on Deed No. 1 dated March 4, 2020 and OJK Decree No. KEP-59/NB.11/2020 dated February 24, 2020.

Pejabat Perusahaan

Chief of the Company



Han Changwoo

Kepala Strategi Pemasaran
Chief Marketing Strategy Officer

Warga Negara Korea Selatan, 41 tahun, berdomisili di Jakarta. Beliau lulus dari Youngnam University pada tahun 2010 dengan mengambil jurusan Administrasi Publik. Beliau memiliki sertifikasi *Variable Insurance Sales Manager* dan *Insurance Planner* dari *Korea Life Insurance Association*. Selain itu, beliau juga mendapat gelar *Certified Risk Governance Professional (CRGP)*.

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

Saat ini beliau menjabat sebagai Chief Marketing Strategy Officer Perusahaan berdasarkan Surat Keputusan Direksi No. 00270A/HLI-SK/12/2022 tanggal 13 Desember 2022.

South Korean citizen, 41 years old, domiciled in Jakarta. He graduated from Youngnam University in 2010 with a major in Public Administration. He holds the Variable Insurance Sales Manager and Insurance Planner certifications from the Korea Life Insurance Association. In addition, he is also a Certified Risk Governance Professional (CRGP).

He started his career at Hanwha Life Insurance Co., Ltd. in 2010 as a Junior Manager in one of the branch offices and was entrusted to join various teams such as Tied-Agency Management, Human Resource Management and finally served as a manager in the Global Strategy Division before being assigned to Indonesia.

He currently serves as the Company's Chief Marketing Strategy Officer based on Board of Directors Decree No. 00270A/HLI-SK/12/2022 dated December 13, 2022.

Profil Direksi

Board of Directors Profile





HANWHA SMART INVEST LINK





Analisis Manajemen
Management Analysis

4

Produk Hanwha Life Indonesia

Hanwha Life Indonesia's Product

Hanwha Life Indonesia memiliki berbagai jenis produk Asuransi jiwa dengan manfaat beragam yang meliputi produk Asuransi jiwa dengan *unit link*, Asuransi *whole life* dan Asuransi Jiwa Berjangka. Pada tahun 2024 Hanwha Life Indonesia memasarkan berbagai produk melalui berbagai jalur distribusi sebagaimana di bawah ini.

Hanwha Life Indonesia has various types of life insurance products with various benefits which include unit linked life insurance products, Whole Life Insurance and Term Life Insurance. In 2024 Hanwha Life Indonesia markets various products through various distribution channels as below.

No.	Jalur Distribusi <i>Distribution Channel</i>	Produk & Layanan <i>Products & Services</i>
1	Keagenan / <i>Agency</i>	Hanwha Smart Invest Link
		Hanwha Link Single
		Hanwha Future Protection
		Hanwha Golden Life Plan A
		Hanwha Golden Life Plan B
		Hanwha Smart CI Plus
		Hanwha Smart CI
		Hanwha Saving Protection
		Hanwha Education
		Hanwha Premier Health Care
		Hanwha Ultimate Smart Saving
		Hanwha Eternal Life Protection
		Hanwha Optimal Protection Excellence
		Hanwha Saving Protection 2.0
		Hanwha Universal Life
2	Commercial / <i>Commercial</i>	Hanwha Platinum Life Plan A
		Hanwha Platinum Life Plan B
		Asuransi Hanwha Bucket List Plan
		Prima Medika Proteksi
		Healthy Plus
		Hanwha Personal Accident
		Hanwha Credit Protector
3	Kumpulan / <i>Group</i>	Hanwha Medi Smart
		Asuransi Jangka Warsa
		Asuransi Jangka Warsa Menurun
		Asuransi Kecelakaan Diri
		Asuransi Jiwa Kumpulan

Peristiwa Penting

Significant Event

Januari / January



Hanwha 1st Semester Townhall

Dalam rangka menyambut tahun 2024 yang penuh dengan strategi, tujuan, dan target bisnis yang baru, Hanwha Life Indonesia mengadakan acara *Town Hall* yang dihadiri oleh seluruh karyawan Hanwha Life Indonesia se-Jabodetabek. *Town Hall* ini diselenggarakan pada tanggal 4 Januari 2024 di Kantor Dinas Pemberdayaan, Perlindungan Anak dan Pengendalian Penduduk (DPPAPP).

Selain karyawan Hanwha Life Indonesia, acara ini juga didukung oleh DPPAPP yang memberikan pemaparan mengenai program PUSPA (Pusat Pelayanan Keluarga) yang merupakan salah satu layanan konsultasi bagi masyarakat Indonesia. Acara ini juga dimanfaatkan untuk berbagi informasi dari Manajemen karena menjadi kesempatan bagi Manajemen untuk berkomunikasi langsung dengan karyawan dan karyawan dapat menyuarakan pendapat dan mengajukan pertanyaan dalam forum terbuka.



Hanwha 1st Semester Townhall

In order to welcome the year 2024 full of new business strategies, goals and targets, Hanwha Life Indonesia held a Town Hall event attended by all Hanwha Life Indonesia employees throughout Jabodetabek. The Town Hall was held on January 4, 2024 at the Office of Empowerment, Child Protection and Population Control (DPPAPP).

In addition to Hanwha Life Indonesia employees, this event was also supported by DPPAPP who gave a presentation on the PUSPA (Family Service Center) program which is one of the consultation services for the people of Indonesia. This event was also used to share information from Management as it was an opportunity for Management to communicate directly with employees and employees could voice opinions and ask questions in an open forum.



Build Dream Session

Build Dream Session diselenggarakan pada tanggal 16 Januari 2024 di Jakarta Premier, Kantor Pusat - Jakarta. Acara ini merupakan presentasi rencana bisnis di tahun 2024 yang disampaikan oleh seluruh jajaran Manajemen Hanwha Life Indonesia diantaranya: Bapak Steven Namkoong selaku Direktur



Build Dream Session

Build Dream Session was held on January 16, 2024 at Jakarta Premier, Head Office - Jakarta. This event was a presentation of the business plan in 2024 delivered by all levels of Hanwha Life Indonesia Management including: Mr. Steven Namkoong as President Director and Chief Executive Officer (CEO), Mr. Kim Si Jun as Director and

Utama dan *Chief Executive Officer* (CEO), Bapak Kim Si Jun selaku Direktur dan *Chief Financial Officer* (CFO), Ibu RR Francisca M Ruswita selaku Direktur dan *Chief Operation Officer* (COO), Bapak Alexander Febriano Widjanarko selaku Direktur dan *Chief Culture Officer* (CCO), dan Bapak Han Changwoo selaku *Chief Marketing Strategy Officer* (CMSO). Peserta yang hadir adalah seluruh Kepala Divisi dan Departemen.

Acara ini dilakukan untuk merefleksikan pencapaian dan kekurangan dari tahun sebelumnya, kemudian menganalisa apa yang berjalan dengan baik dan yang tidak, serta mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan dan memiliki peluang untuk berkembang, hal ini dilakukan agar tim tetap fokus dan berada di jalur yang tepat dalam sepanjang tahun.

Chief Financial Officer (CFO), Ms. RR Francisca M Ruswita as Director and Chief Operation Officer (COO), Mr. Alexander Febriano Widjanarko as Director and Chief Culture Officer (CCO), and Mr. Han Changwoo as Chief Marketing Strategy Officer (CMSO). The participants were all Division and Department Heads.

This event was held to reflect on the achievements and shortcomings of the previous year, then analyze what went well and what did not, as well as identify areas that need to be improved and have opportunities for growth, this is done so that the team remains focused and on track throughout the year.



Agency Kick Off

Sebanyak 172 peserta *qualifier* dari seluruh wilayah di Indonesia menghadiri *Agency Kick Off* pada tanggal 18 Januari 2024 di Hotel Maya, Kuala Lumpur, Malaysia. *Agency Kick Off* merupakan acara tahunan yang diadakan oleh *Agency* untuk menginformasikan target dan strategi *Agency* di tahun 2024.

Acara *Kick Off* ini diselenggarakan bersamaan dengan *Recruitment Campaign* Genting - Kuala Lumpur dari tanggal 17 Januari sampai dengan 19 Januari 2024 yang dihadiri oleh seluruh *Regional Head*, tim *sales*, *Sales Force*, Bapak Han Changwoo selaku CMSO Hanwha Life Indonesia dan Bapak Aaron Ta selaku Anggota *Million Dollar Round Table* (MDRT) dan Pembicara.

Agency Kick Off

A total of 172 qualifiers from all regions in Indonesia attended the Agency Kick Off on January 18, 2024 at Hotel Maya, Kuala Lumpur, Malaysia. Agency Kick Off is an annual event held by the Agency to inform the Agency's targets and strategies in 2024.

The Kick Off event was held in conjunction with the Recruitment Campaign Genting - Kuala Lumpur from January 17 until January 19, 2024, which was attended by all Regional Heads, sales team, Sales Force, Mr. Han Changwoo as Hanwha Life Indonesia's CMSO and Mr. Aaron Ta as Million Dollar Round Table (MDRT) Member and Speaker.



Commercial Kick Off

Menyambut awal tahun 2024 yang spektakuler, *Commercial Division* menyelenggarakan *Kick Off Meeting* untuk 3 (tiga) Departemen di bawah *Commercial Division*, yaitu: *Bancassurance*, *Employee Benefit* dan *E-Commerce* dengan tema "*Strategy for The Greatest Victory*" dan "*Tagline Unity and Beyond*". Berlokasi di Hotel Novotel, Bogor, pada tanggal 26 Januari sampai dengan 27 Januari 2024, dimana acara ini sebagai pembuka semangat dan perencanaan informasi untuk menjalani bisnis di tahun 2024.

Tujuan dari *Kick-Off* Divisi Komersial ini diantaranya adalah untuk meningkatkan semangat kolaborasi antar Divisi Komersial, meningkatkan kinerja yang maksimal untuk mencapai target bisnis yang luar biasa di tahun 2024 dan menjalin kebersamaan, dengan slogan di tahun 2024 yaitu *UNITY*. Selain dihadiri oleh seluruh karyawan Divisi Komersial, turut diundang pula 11 (sebelas) orang *Financial Advisor* atau yang biasa disebut *FA*, baik yang berasal dari Jabodetabek maupun dari luar Jabodetabek.



Commercial Kick Off

Welcoming the beginning of the spectacular year 2024, the *Commercial Division* held a *Kick Off Meeting* for 3 (three) Departments under the *Commercial Division*, namely: *Bancassurance*, *Employee Benefit* and *E-Commerce* with the theme "*Strategy for The Greatest Victory*" and "*Tagline Unity and Beyond*". Located at Novotel Hotel, Bogor, on January 26 until January 27, 2024, where this event is an opening spirit and planning information for doing business in 2024.

The purpose of the *Commercial Division Kick-Off* is to increase the spirit of collaboration between *Commercial Divisions*, improve maximum performance to achieve extraordinary business targets in 2024 and establish togetherness, with the slogan in 2024 which is *UNITY*. Besides being attended by all *Commercial Division* employees, 11 (eleven) *Financial Advisors* or commonly called *FAs* were also invited, both from Jabodetabek and outside Jabodetabek.

Februari / February



Orangetopia Internal Launch

Hanwha Life Indonesia senantiasa berupaya menghadirkan inovasi-inovasi terkini untuk meningkatkan layanan berbasis digital, hal tersebut diwujudkan dengan diluncurkannya aplikasi Orangetopia. Sebagai pengembangan dari program loyaliti sebelumnya, melalui fitur *Metaverse*, *Game* dan *Walk (Move to Earn)*. Dengan desain yang menarik, fitur-fitur yang inovatif, dan konten yang relevan, Orangetopia tidak hanya dapat dimanfaatkan oleh nasabah tetapi juga masyarakat umum.



Orangetopia Internal Launch

Hanwha Life Indonesia always strives to present the latest innovations to improve digital-based services, this was realized with the launch of the Orangetopia application. As a development of the previous loyalty program, through *Metaverse*, *Game* and *Walk (Move to Earn)* features. With an attractive design, innovative features, and relevant content, Orangetopia can not only be utilized by customers but also the general public.

Dalam rangka meningkatkan *awareness*, *Internal Launching* Orangetopia telah dilaksanakan di kantor pusat Hanwha Life Indonesia pada tanggal 15 Februari 2024 dan di kantor pemasaran Jakarta pada tanggal 19 Februari 2024. Acara *launching* ini disambut dengan antusias oleh karyawan Hanwha Life Indonesia dengan serentak mengenakan pakaian bernuansa oranye. Maskot Orangetopia, Hani, turut hadir dengan membagikan jeruk sebagai bentuk simbolis dari Orangetopia.

In order to increase awareness, Orangetopia's Internal Launching was held at Hanwha Life Indonesia's head office on February 15, 2024 and at the Jakarta marketing office on February 19, 2024. The launching event was enthusiastically welcomed by Hanwha Life Indonesia employees by simultaneously wearing orange clothing. Orangetopia's mascot, Hani, was also present by distributing oranges as a symbolic form of Orangetopia.



Friendly Match Badminton

Komunitas Bulu tangkis Hanwha Life Indonesia sukses menyelenggarakan *Friendly Match Badminton* yang diikuti oleh para karyawan dari *Head Office* dan *Sales Office*. Kegiatan ini berlangsung di Lapangan *Badminton FKS*, Setiabudi, Jakarta, dengan penuh semangat dan antusiasme dari seluruh peserta.

Friendly Match Badminton

Hanwha Life Indonesia Badminton Community successfully organized a Friendly Match Badminton which was attended by employees from Head Office and Sales Office. This activity took place at the FKS Badminton Field, Setiabudi, Jakarta, with great enthusiasm from all participants.

Pertandingan persahabatan ini bertujuan untuk mempererat hubungan antar karyawan sekaligus menjadi ajang *refreshing* dari kesibukan pekerjaan sehari-hari. Melalui kegiatan seperti ini, Hanwha Life Indonesia berharap dapat terus membangun budaya kerja yang sehat, harmonis, dan solid.

This friendly match aims to strengthen relationships between employees as well as a refreshing event from the routine of daily work. Through activities like this, Hanwha Life Indonesia hopes to continue building a healthy, harmonious and solid work culture.



Campus Goes to Hanwha Life Indonesia

Campus Goes to Hanwha Life adalah program atau inisiatif yang sudah dilakukan beberapa kali oleh Hanwha Life Indonesia yang diinisiasi oleh Divisi *Human Capital* yang melibatkan beberapa departemen terkait untuk berbagi pengetahuan dan pengalaman kerja. Tentunya tujuan dari *Campus Goes to Hanwha Life* ini untuk mendapatkan paparan praktis, wawasan, dan pengalaman dunia nyata yang terkait dengan bidang studi atau minat mahasiswa.

Campus Goes to Hanwha Life Indonesia

Campus Goes to Hanwha Life is a program or initiative that has been carried out several times by Hanwha Life Indonesia, initiated by the Human Capital Division which involves several related departments to share knowledge and work experience. Of course, the purpose of Campus goes to Hanwha is to get practical exposure, insight, and real-world experience related to the field of study or student interests.

Pada kegiatan ini Hanwha Life Indonesia dikunjungi oleh mahasiswa jurusan Aktuaria dari President University, Cikarang, pada tanggal 6 Februari 2024 dan juga mahasiswa jurusan Statistika dari Matana University, Tangerang, pada tanggal 13 Februari 2024.

In this activity, Hanwha Life Indonesia was visited by students majoring in Actuarial from President University, Cikarang, on February 6, 2024 and also students majoring in Statistics from Matana University, Tangerang, on February 13, 2024.



Jakarta Premier Anniversary

Pada bulan Februari 2024, Hanwha Life Indonesia merayakan anniversary ke 5 (lima) tahun untuk *Sales Office Jakarta Premier*. Perayaan ini digelar secara sederhana namun sarat makna, khususnya bagi para *sales force* Hanwha Life Indonesia yang hadir. Lima tahun perjalanan bisnis tentu bukan hal yang mudah, namun *Jakarta Premier* telah menunjukkan kontribusi positif yang nyata dalam mendukung keberhasilan perusahaan.

Jakarta Premier Anniversary

In February 2024, Hanwha Life Indonesia celebrated its 5 (five) year anniversary for the Jakarta Premier Sales Office. This celebration was held in a simple yet meaningful way, especially for the Hanwha Life Indonesia sales force who attended. Five years of business journey is certainly not an easy thing, but Jakarta Premier has shown a real positive contribution in supporting the company's success.

Direktur Utama dan CEO Hanwha Life Indonesia, Bapak Steven Namkoong, turut hadir dalam acara ini untuk memberikan dukungan dan motivasi secara langsung kepada tim *Jakarta Premier*. Dalam sambutannya, beliau mendorong agar *Jakarta Premier* terus menjadi tim yang solid dan tangguh, sehingga setiap target dan pencapaian dapat diraih bersama-sama.

Hanwha Life Indonesia's President Director and CEO, Mr. Steven Namkoong, also attended the event to provide direct support and motivation to the Jakarta Premier team. In his remarks, he encouraged Jakarta Premier to continue to be a solid and strong team, so that every target and achievement can be achieved together.



Workation

Dalam rangka meningkatkan kinerja yang terukur melalui efektifitas dan efisiensi pekerjaan, sesuai dengan visi misi terbaru dari Hanwha Life Indonesia, manajemen membuat inisiatif untuk mencapai Rencana Bisnis 2024 dengan penuh semangat.

Workation

In order to improve measurable performance through work effectiveness and efficiency, in accordance with the latest vision and mission of Hanwha Life Indonesia, the management made an initiative to achieve the 2024 Business Plan with vigor.

Rencana ini disebut dengan “*Workation*” yang dibuat sebagai kesempatan untuk meningkatkan komunikasi dan kebersamaan antar departemen yang dilakukan di luar kantor.

Workation dilakukan pada tanggal 29 Januari sampai dengan 7 Februari 2024 di Vimala Hills, Pullman Ciawi. Beberapa Divisi dan Departemen telah melakukan *Workation* yang dilakukan 1 (satu) hari per Divisi/Departemen. Agenda tersebut meliputi *Vision Sharing*, *Working as usual*, *Communication & Engagement*, dan sebagainya.

This plan is called “Workation” which was created as an opportunity to improve communication and togetherness between departments conducted outside the office.

Workation was conducted on January 29 until February 7, 2024 at Vimala Hills, Pullman Ciawi. Several Divisions and Departments have conducted Workation which was conducted for 1 (one) day per Division/Department. The agenda includes Vision Sharing, Working as usual, Communication & Engagement, and so on.

Maret / March



Campaign Launching Personal Accident

Hanwha Life Indonesia resmi meluncurkan produk terbarunya, *Personal Accident* (PA), melalui rangkaian kampanye yang berlangsung selama satu bulan sejak pertengahan Maret 2024. Dalam rangka memperkenalkan produk ini kepada masyarakat, Hanwha Life Indonesia memberikan perlindungan PA secara gratis selama 7 (tujuh) hari dengan uang pertanggungan sebesar Rp10.000.000.

Produk PA ini hadir sebagai solusi perlindungan jiwa yang menanggung risiko kecelakaan, dengan manfaat utama berupa santunan apabila Tertanggung meninggal dunia akibat kecelakaan. Selain itu, terdapat manfaat tambahan (opsional) seperti santunan disabilitas dan penggantian biaya perawatan rumah sakit akibat kecelakaan.

Kampanye ini diawali secara digital melalui kolaborasi dengan *influencer* yang mencakup promosi melalui *Instagram Ads*, unggahan *reels* dan *stories*, hingga sesi *Live IG*. Sebagai puncaknya, Hanwha mengadakan *Grand Launching* produk PA dengan membuka *booth* interaktif di dua lokasi, yaitu Stasiun Tanah Abang pada 26 dan 28 Maret 2024 serta Stasiun Pasar Senen pada 2 April 2024 sampai dengan 4 April 2024. Kehadiran masyarakat yang antusias menjadi bukti kuat bahwa produk ini diterima dengan baik sebagai bentuk perlindungan yang relevan dan bermanfaat.

Campaign Launching Personal Accident

Hanwha Life Indonesia officially launched its newest product, *Personal Accident* (PA), through a series of campaigns that lasted for one month since mid-March 2024. In order to introduce this product to the public, Hanwha Life Indonesia provides PA protection for free for 7 (seven) days with a sum insured of Rp10,000,000.

This PA product comes as a life protection solution that covers the risk of accidents, with the main benefit in the form of compensation if the Insured dies due to an accident. In addition, there are additional (optional) benefits such as disability compensation and reimbursement of hospital treatment costs due to accidents.

The campaign was initiated digitally through collaboration with influencers that included promotion through Instagram Ads, uploading reels and stories, and IG Live sessions. As a culmination, Hanwha held a Grand Launching of PA products by opening interactive booths in two locations, namely Tanah Abang Station on March 26 and March 28, 2024 and Pasar Senen Station on April 2 until April 4, 2024. The enthusiastic attendance of the public is strong evidence that this product is well received as a relevant and useful form of protection.



Indonesia Digital Innovation Award 2024

Pada 29 Maret 2024, Hanwha Life Indonesia meraih penghargaan sebagai *The Most Innovative Life Insurance for Implementing Technology and Digital Innovation to Improve Customer Service Quality* dalam ajang *Indonesia Digital Innovation Award 2024* yang diselenggarakan oleh Warta Ekonomi. Penghargaan diserahkan langsung oleh *Chief Editor Warta Ekonomi Group*, Bapak Muhamad Ihsan, dan diterima oleh *Direktur dan CFO Hanwha Life Indonesia*, Bapak Kim Si Jun, di Hotel Le Meridien, Jakarta.

Penghargaan ini merupakan bentuk pengakuan atas komitmen Hanwha Life dalam memanfaatkan teknologi dan inovasi digital untuk meningkatkan kualitas layanan bagi nasabah. Lebih dari sekadar prestasi individu atau tim, penghargaan ini mencerminkan kekuatan kolaborasi seluruh karyawan Hanwha Life.



Indonesia Digital Innovation Award 2024

On March 29, 2024, Hanwha Life Indonesia was awarded as *The Most Innovative Life Insurance for Implementing Technology and Digital Innovation to Improve Customer Service Quality* in the *Indonesia Digital Innovation Award 2024* organized by Warta Ekonomi. The award was presented directly by the *Chief Editor of Warta Ekonomi Group*, Mr. Muhamad Ihsan, and received by the *Director and CFO of Hanwha Life Indonesia*, Mr. Kim Si Jun, at Le Meridien Hotel, Jakarta.

This award recognizes Hanwha Life's commitment in utilizing technology and digital innovation to improve service quality for customers. More than just an individual or team achievement, this award reflects the power of collaboration of all Hanwha Life employees.

April / April



Digital Brand Awards 2024

Hanwha Life kembali meraih penghargaan digital yang diselenggarakan oleh Warta Infobank. Pada ajang *Infobank Digital Brand Awards 2024*, Hanwha Life berhasil meraih penghargaan *"The 2nd Best Conventional Life Insurance with Gross Premium under Rp250 Billion"* dimana Hanwha Life Indonesia menjadi salah satu perusahaan terbaik di Indonesia.



Digital Brand Awards 2024

Hanwha Life won another digital award organized by Warta Infobank. At the *Infobank Digital Brand Awards 2024*, Hanwha Life won the *"The 2nd Best Conventional Life Insurance with Gross Premium under Rp250 Billion"* award where Hanwha Life Indonesia became one of the best companies in Indonesia.

Acara penganugerahan Infobank Awards diselenggarakan pada tanggal 1 April 2024 di Hotel Shangri-La, Jakarta. Penghargaan ini diterima oleh Bapak Han Changwoo selaku CMSO Hanwha Life Indonesia. Penghargaan *Infobank Digital Brand 2024* ini diberikan berdasarkan hasil penilaian publik dan masukan dari media sosial terhadap produk dan layanan keuangan berbasis digital.

The Infobank Awards ceremony was held on April 1, 2024 at Shangri-La Hotel, Jakarta. The award was received by Mr. Han Changwoo as CMSO of Hanwha Life Indonesia. The Infobank Digital Brand 2024 award is given based on the results of public assessment and input from social media on digital-based financial products and services.



Rise Up

Rise Up Intensive Agency Meeting atau "*Rise Up*" adalah pertemuan bulanan agency Hanwha Life Indonesia yang bertujuan menyampaikan *update* proses penjualan, isu lapangan, ide, serta aktivitas masing-masing perwakilan *sales*.

Rise Up

Rise Up Intensive Agency Meeting or "*Rise Up*" is Hanwha Life Indonesia's monthly agency meeting that aims to deliver sales process updates, field issues, ideas, and activities of each sales representative.

Pada 25 April 2024, *Rise Up* digelar dengan konsep serius tapi santai melalui *breakfast meeting* bersama Direktur Utama dan CEO Hanwha Life Indonesia, Bapak Steven Namkoong. Acara ini diselenggarakan di Hotel Westin, Jakarta. Acara ini juga dihadiri Bapak Han Changwoo (CMSO), Ibu Genevieve Irany (Agency Division Head), serta partisipan dari Head Office.

On April 25, 2024, *Rise Up* was held with a serious but relaxed concept through a breakfast meeting with the President Director and CEO of Hanwha Life Indonesia, Mr. Steven Namkoong. The event was held at the Westin Hotel, Jakarta. The event was also attended by Mr. Han Changwoo (CMSO), Ms. Genevieve Irany (Agency Division Head), and participants from the Head Office.

Selain sebagai sarana diskusi dua arah, *Rise Up* menjadi ajang penyampaian informasi penting seperti rencana peluncuran produk baru, skema *booster*/kontes, hingga laporan kondisi lapangan yang memengaruhi performa penjualan, sekaligus mematangkan strategi untuk mencapai target *sales*.

Aside from being a means of two-way discussion, *Rise Up* is a place to convey important information such as new product launch plans, booster/contest schemes, to reports on field conditions that affect sales performance, while finalizing strategies to achieve sales targets.



Halal Bihalal Hanwha Life dengan TP PKK

Halal Bihalal Gathering between Hanwha Life and TP PKK

Pada 30 April 2024, Hanwha Life Indonesia berpartisipasi dalam acara Halal Bihalal yang diselenggarakan oleh Dinas Pemberdayaan, Perlindungan

On April 30, 2024, Hanwha Life Indonesia participated in the Halal Bihalal event organized by the DKI Jakarta Provincial Office of Empowerment, Child Protection,

Anak, dan Pengendalian Penduduk Provinsi DKI Jakarta. Acara ini menjadi ajang silaturahmi dan kebersamaan bagi Tim Penggerak Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga (TP-PKK), Dharma Wanita Persatuan (DWP), dan Dewan Kerajinan Nasional Daerah (DEKRANASDA), sebagai mitra organisasi masyarakat Pemerintah Provinsi (Pemprov) DKI Jakarta.

Dalam kesempatan ini, Hanwha Life menerima apresiasi atas kontribusinya mendukung kegiatan Pemprov DKI, khususnya di bidang CSR. Penghargaan diterima langsung oleh Bapak Alexander Widjanarko (Direktur & CCO Hanwha Life Indonesia) dari Ketua TP-PKK DKI Jakarta, Ibu Mirdiyanti. Apresiasi ini menjadi motivasi bagi Hanwha Life untuk terus menghadirkan program CSR berdampak positif dan berkelanjutan bagi masyarakat Indonesia.

and Population Control. This event is a gathering and togetherness event for the Family Empowerment and Health Promotion Team (TP-PKK), Dharma Wanita Persatuan (DWP), and the Regional National Craft Council (DEKRANASDA), as community organization partners of the DKI Jakarta Provincial Government.

On this occasion, Hanwha Life received an appreciation for its contribution in supporting DKI Jakarta Provincial Government activities, especially in the field of CSR. The award was received directly by Mr. Alexander Widjanarko (Director & CCO of Hanwha Life Indonesia) from the Chairperson of TP-PKK DKI Jakarta, Mrs. Mirdiyanti. This appreciation is a motivation for Hanwha Life to continue presenting CSR programs with a positive and sustainable impact on the people of Indonesia.



Penandatanganan Deklarasi Komitmen atas Penerapan H-Standard

Sebagai bentuk nyata komitmen Hanwha Life Indonesia dalam menegakkan prinsip Tata Kelola Perusahaan yang Baik (*Good Corporate Governance*), pada tanggal 18 April 2024, seluruh jajaran Direksi, *Chief*, serta perwakilan karyawan menandatangani Deklarasi Komitmen atas Penerapan H-Standard. Acara ini berlangsung di *Wealth Lounge*, Kantor Pusat Hanwha Life Indonesia, Jakarta.

H-Standard merupakan panduan etika dan perilaku yang pertama kali diperkenalkan pada perayaan ulang tahun ke-9 Perusahaan di tahun 2022. Panduan ini menekankan pentingnya kepatuhan terhadap regulasi yang berlaku dan profesionalisme dalam bekerja, serta menjunjung tinggi tiga Nilai Inti Perusahaan: *Challenge*, *Dedication*, dan *Integrity*. H-Standard menjadi fondasi dalam membangun interaksi yang sehat, baik antar sesama karyawan, dengan pelanggan, mitra bisnis, maupun masyarakat luas.

Penandatanganan deklarasi ini diharapkan tidak hanya menjadi simbol komitmen, tetapi juga menjadi pengingat bagi seluruh insan Hanwha Life Indonesia untuk terus mengimplementasikan nilai-nilai perusahaan dalam setiap aktivitas bisnis sehari-hari.

Signing of the Commitment Declaration on the Implementation of H-Standard

As a tangible manifestation of Hanwha Life Indonesia's commitment to upholding the principles of Good Corporate Governance, on April 18, 2024, the entire Board of Directors, Chief, and employee representatives signed a Declaration of Commitment to the Implementation of H-Standard. The event took place at *Wealth Lounge*, Hanwha Life Indonesia Head Office, Jakarta.

H-Standard is an ethical and behavioral guideline that was first introduced during the Company's 9th anniversary celebration in 2022. It emphasizes the importance of compliance with applicable regulations and professionalism at work, as well as upholding the Company's three Core Values: *Challenge*, *Dedication*, and *Integrity*. The H-Standard is the foundation in building healthy interactions, both among fellow employees, with customers, business partners, and the wider community.

The signing of this declaration is expected to not only be a symbol of commitment, but also a reminder for all Hanwha Life Indonesia people to continue implementing the company's values in every daily business activity.

Mei / May



Peluncuran Produk Baru HELP

Pada tanggal 2 Mei 2024, Hanwha Life Indonesia resmi meluncurkan produk asuransi jiwa terbarunya, *Hanwha Eternal Life Protection (HELP)*, dalam acara *hybrid* yang dihadiri oleh jajaran manajemen dan undangan khusus. Peluncuran ini turut dihadiri oleh Bapak Han Changwoo (CMSO) dan Ibu Genevieve Irany (Agency Division Head).

"HELP" dirancang sebagai solusi perlindungan jiwa yang mengoptimalkan masa produktif untuk mempersiapkan masa pensiun serta warisan bagi keluarga. Produk ini menawarkan manfaat jangka panjang bagi nasabah yang ingin memastikan stabilitas keuangan di masa tua.

Melalui "HELP", Hanwha Life memperkuat komitmennya dalam menyediakan solusi finansial inovatif dan relevan bagi masyarakat Indonesia. Produk ini diharapkan menjadi pilihan utama dalam perencanaan keuangan jangka panjang.

Launching New Product HELP

On May 2, 2024, Hanwha Life Indonesia officially launched its newest life insurance product, *Hanwha Eternal Life Protection (HELP)*, in a hybrid event attended by management and special invitees. The launch was also attended by Mr. Han Changwoo (CMSO) and Ms. Genevieve Irany (Agency Division Head).

"HELP" is designed as a life protection solution that optimizes productive years to prepare for retirement and a legacy for the family. This product offers long-term benefits for customers who want to ensure financial stability in old age.

Through "HELP", Hanwha Life strengthens its commitment in providing innovative and relevant financial solutions for Indonesians. This product is expected to be the first choice in long-term financial planning.



Upacara Penandatanganan Hanwha Life Insurance x Nobu

Hanwha Life Insurance Co., Ltd (Korea) resmi menjalin kerja sama strategis dengan PT Bank Nationalnobu Tbk (Bank Nobu) pada 3 Mei 2024 di Jakarta. Kolaborasi ini menandai langkah penting Hanwha Life dalam memperluas bisnisnya ke sektor perbankan Indonesia. Acara penandatanganan dihadiri oleh

Signing Ceremony Hanwha Life Insurance x Nobu

Hanwha Life Insurance Co., Ltd (Korea) officially established a strategic partnership with PT Bank Nationalnobu Tbk (Bank Nobu) on May 3, 2024 in Jakarta. This collaboration marks an important step for Hanwha Life in expanding its business into the Indonesian banking sector. The signing ceremony was attended by Mr.

Bapak Kim Dong-won (*President & Chief Global Officer Hanwha Life*), Bapak Yeo Seung-joo (*Vice Chairman & CEO Hanwha Life*), Bapak John Riady (*CEO Lippo Group*), dan Bapak Adrian Suherman (*CEO PT Multipolar Tbk*).

Kemitraan ini merupakan bagian dari rencana besar Hanwha Life untuk membangun “*Global Integrated Financial Group*” yang tidak hanya fokus pada asuransi, tetapi juga merambah layanan perbankan. Kolaborasi dengan Bank Nobu, yang dikenal akan komitmennya dalam layanan keuangan di Indonesia, menjadi fondasi kuat untuk memperluas jangkauan serta sinergi bisnis kedua belah pihak.

Melalui kerja sama ini, Hanwha Life dan Bank Nobu akan menghadirkan produk finansial yang inovatif, solusi digital terintegrasi, serta pengalaman nasabah yang lebih baik. Langkah ini diharapkan mampu meningkatkan kualitas layanan keuangan sekaligus mendorong pertumbuhan industri finansial nasional.

Kim Dong-won (President & Chief Global Officer of Hanwha Life), Mr. Yeo Seung-joo (Vice Chairman & CEO of Hanwha Life), Mr. John Riady (CEO of Lippo Group), and Mr. Adrian Suherman (CEO of PT Multipolar Tbk).

This partnership is part of Hanwha Life's grand plan to build a “Global Integrated Financial Group” that not only focuses on insurance, but also ventures into banking services. The collaboration with Nobu Bank, which is known for its commitment to financial services in Indonesia, is a strong foundation to expand the reach and business synergy of both parties.

Through this partnership, Hanwha Life and Bank Nobu will deliver innovative financial products, integrated digital solutions, and a better customer experience. This step is expected to improve the quality of financial services while encouraging the growth of the national financial industry.



Hanwha Life x Lippo Golf Tournament

Hanwha Life Indonesia bersama Lippo Group sukses menyelenggarakan Hanwha Life x Lippo Golf Tournament 2024 pada 3 Mei 2024 dan 4 Mei 2024 di Imperial Klub Golf, Lippo Karawaci. Acara ini menghadirkan lebih dari 200 peserta dari kalangan eksekutif, pengusaha, dan profesional, sekaligus menjadi ajang prestisius untuk mempererat relasi bisnis.

Turnamen ini turut dihadiri oleh tokoh-tokoh penting seperti Bapak Lee Sang Deok (*Duta Besar Korea untuk Indonesia*), Bapak Yeo Seung-joo (*CEO Hanwha Life*), Bapak Kim Dong-won (*President & Chief Global Officer Hanwha Life*), Bapak Mochtar Riady (*Founder Lippo Group*), Bapak John Riady (*CEO Lippo Karawaci*), Bapak Park Jae Han (*Chairman of Korea Association*), dan Bapak Steven Namkoong (*Direktur Utama dan CEO Hanwha Life Indonesia*), serta banyak CEO dan Direktur dari perusahaan Korea lainnya di Indonesia. serta perwakilan dari berbagai perusahaan Korea di Indonesia.

Selain memperkuat jejaring bisnis, acara ini juga membawa misi sosial. Sebagian dana yang terkumpul dari turnamen akan disalurkan untuk mendukung program pendidikan dan kesehatan. Hanwha Life dan Lippo Group berharap kolaborasi ini dapat menjadi inspirasi untuk inisiatif serupa yang menggabungkan semangat kompetisi, kolaborasi, dan kontribusi bagi masyarakat.

Hanwha Life x Lippo Golf Tournament

Hanwha Life Indonesia together with Lippo Group successfully organized the Hanwha Life x Lippo Golf Tournament 2024 on May 3, 2024 and May 4, 2024 at Imperial Klub Golf, Lippo Karawaci. The event brought together more than 200 participants from executives, entrepreneurs, and professionals, as well as a prestigious event to strengthen business relationships.

The tournament was also attended by important figures such as Mr. Lee Sang Deok (Korean Ambassador to Indonesia), Mr. Yeo Seung-joo (CEO of Hanwha Life), Mr. Kim Dong-won (President & Chief Global Officer of Hanwha Life), Mr. Mochtar Riady (Founder of Lippo Group), Mr. John Riady (CEO of Lippo Karawaci), Mr. Park Jae Han (Chairman of Korea Association), and Mr. Steven Namkoong (President Director and CEO of Hanwha Life Indonesia), as well as many CEOs and Directors from other Korean companies in Indonesia. as well as representatives from various Korean companies in Indonesia.

In addition to strengthening business networks, this event also carries a social mission. Part of the funds raised from the tournament will be channeled to support education and health programs. Hanwha Life and Lippo Group hope that this collaboration can be an inspiration for similar initiatives that combine the spirit of competition, collaboration and contribution to society.



Indonesia 50 Best CSR Awards 2024

Pada tanggal 7 Mei 2024, Hanwha Life Indonesia kembali menorehkan prestasi membanggakan dengan meraih penghargaan dalam ajang Indonesia 50 Best CSR Awards 2024 yang diselenggarakan oleh The Iconomics di Hotel Borobudur, Jakarta. Pada ajang bergengsi ini, Hanwha Life dinobatkan sebagai penerima “Indonesia Best 50 CSR Brand Equity Awards” untuk kategori industri asuransi, sebagai bentuk pengakuan atas komitmen perusahaan dalam menjalankan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang berkelanjutan dan berdampak nyata.

Penghargaan ini menjadi bukti apresiasi atas kontribusi Hanwha Life dalam menciptakan perubahan positif melalui berbagai inisiatif CSR, khususnya yang berfokus pada kesejahteraan anak dan keluarga. Bapak Alexander Febriano Widjanarko selaku Direktur dan CCO Hanwha Life Indonesia, menjelaskan bahwa perusahaan telah mengelola 4 (empat) Ruang Publik Terpadu Ramah Anak (RPTRA) dan 2 (dua) Pusat Pelayanan Keluarga (PUSPA) yang dapat diakses masyarakat secara langsung maupun daring sebagai bagian dari komitmen jangka panjang terhadap penguatan keluarga di Jakarta.

Melalui program-program CSR ini, Hanwha Life Indonesia berupaya untuk memberikan nilai tambah yang nyata bagi masyarakat Indonesia. Dengan konsistensi dan fokus pada pemberdayaan keluarga dan anak-anak, Hanwha Life berharap dapat terus menghadirkan inisiatif sosial yang inovatif dan berdampak luas.



Indonesia 50 Best CSR Awards 2024

On May 7, 2024, Hanwha Life Indonesia made another proud achievement by winning an award at the Indonesia 50 Best CSR Awards 2024 organized by The Iconomics at Hotel Borobudur, Jakarta. In this prestigious event, Hanwha Life was named as the recipient of the “Indonesia Best 50 CSR Brand Equity Awards” for the insurance industry category, as a form of recognition for the company’s commitment in carrying out *Corporate Social Responsibility* (CSR) programs that are sustainable and have a real impact.

This award is a proof of appreciation for Hanwha Life’s contribution in creating positive changes through various CSR initiatives, especially those that focus on the welfare of children and families. Mr. Alexander Febriano Widjanarko as Director and CCO of Hanwha Life Indonesia, explained that the company has managed 4 (four) Child Friendly Integrated Public Spaces (RPTRA) and 2 (two) Family Service Centers (PUSPA) that can be accessed by the community directly or online as part of a long-term commitment to strengthening families in Jakarta.

Through these CSR programs, Hanwha Life Indonesia strives to provide real added value to the people of Indonesia. With consistency and focus on empowering families and children, Hanwha Life hopes to continue delivering innovative and impactful social initiatives.



Digital & Risk Management in Insurance (DRiM) 2024

Pada tanggal 15 Mei sampai dengan 17 Mei 2024, Hanwha Life Indonesia berpartisipasi dalam *Digital & Risk Management in Insurance* (DRiM) 2024 yang

Digital & Risk Management in Insurance (DRiM) 2024

On May 15 until May 17, 2024, Hanwha Life Indonesia participated in *Digital & Risk Management in Insurance* (DRiM) 2024 organized by the Indonesian Life

diselenggarakan Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) di Hotel Intercontinental, Bandung. Mengusung tema “*Insuring Tomorrow: Navigating the Digital Frontier in Life Insurance*”, seminar internasional tahun ketujuh ini membahas transformasi digital, tantangan, dan peluang di industri asuransi jiwa.

Tahun ini, Ibu RR Francisca M Ruswita selaku Direktur dan COO Hanwha Life Indonesia, dipercaya sebagai Ketua Panitia DRiM 2024. Acara juga seluruh Board of Director (BOD) Hanwha Life Indonesia yakni Bapak Steven Namkoong selaku Direktur Utama dan CEO Hanwha Life Indonesia, Bapak Kim Si Jun selaku Direktur dan CFO, Bapak Alexander Febriano Widjanarko selaku Direktur dan CCO dan Bapak Han Changwoo selaku CMSO.

Insurance Association (AAJI) at the Intercontinental Hotel, Bandung. With the theme “Insuring Tomorrow: Navigating the Digital Frontier in Life Insurance”, the seventh annual international seminar discussed digital transformation, challenges and opportunities in the life insurance industry.

This year, Ms. RR Francisca M Ruswita as Director and COO of Hanwha Life Indonesia, was trusted as the Chairperson of the DRiM 2024 Committee. The event also included the entire Board of Directors (BOD) of Hanwha Life Indonesia, namely Mr. Steven Namkoong as President Director and CEO of Hanwha Life Indonesia, Mr. Kim Si Jun as Director and CFO, Mr. Alexander Febriano Widjanarko as Director and CCO and Mr. Han Changwoo as CMSO.



Hanwha Life Indonesia Dorong Literasi dan Inklusi Keuangan di Medan

Pada 30 Mei 2024, Hanwha Life Indonesia turut berpartisipasi dalam acara “Menuju Indonesia Maju Melalui Literasi dan Inklusi Keuangan” yang diselenggarakan oleh Dewan Pimpinan Provinsi (DPP) Asosiasi Pengusaha Indonesia (Apindo) Sumatera Utara. Acara ini berlangsung di Hotel Grand Mercure Maha Cipta Medan Angkasa, Sumatera Utara. Acara ini menghadirkan pelaku jasa keuangan seperti PT Ciptadana Asset Management, BEI Kantor Perwakilan Sumatera Utara, Nationalnobu Bank, dan Trimegah Sekuritas. Hanwha Life Indonesia diwakili oleh Bapak Alexander Febriano Widjanarko selaku Direktur & CCO, yang sekaligus menjadi pembicara mewakili Hanwha Life Indonesia dalam mengangkat pentingnya literasi asuransi bagi pengembangan usaha dan perlindungan finansial masyarakat.

Partisipasi Hanwha Life dalam forum ini mempertegas komitmen perusahaan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai manfaat produk asuransi jiwa. Dengan literasi keuangan yang lebih baik, masyarakat diharapkan dapat memanfaatkan berbagai produk keuangan secara optimal, baik untuk mendukung usaha maupun perencanaan keuangan pribadi. Keikutsertaan aktif seperti ini sejalan dengan visi perusahaan untuk menciptakan dampak positif yang berkelanjutan bagi masyarakat Indonesia, sekaligus memperkuat peran asuransi dalam mendukung inklusi keuangan nasional.

Hanwha Life Indonesia Promotes Financial Literacy and Inclusion in Medan

On May 30, 2024, Hanwha Life Indonesia participated in the “Towards Advanced Indonesia Through Financial Literacy and Inclusion” event organized by the Provincial Leadership Council (DPP) of the Indonesian Employers Association (Apindo) North Sumatra. The event took place at the Grand Mercure Maha Cipta Medan Angkasa Hotel, North Sumatra. This event presented financial service players such as PT Ciptadana Asset Management, IDX North Sumatra Representative Office, Nationalnobu Bank, and Trimegah Sekuritas. Hanwha Life Indonesia was represented by Mr. Alexander Febriano Widjanarko as Director & CCO, who was also a speaker representing Hanwha Life Indonesia in raising the importance of insurance literacy for business development and financial protection of the community.

Hanwha Life’s participation in this forum emphasizes the company’s commitment to increase public understanding of the benefits of life insurance products. With better financial literacy, the community is expected to optimally utilize various financial products, both to support business and personal financial planning. Active participation such as this is in line with the company’s vision to create a sustainable positive impact for the people of Indonesia, while strengthening the role of insurance in supporting national financial inclusion.



Regulatory Compliance Awards 2024

Pada tanggal 31 Mei 2024, Hanwha Life Indonesia kembali menorehkan prestasi dengan meraih penghargaan dalam ajang *Indonesia Regulatory Compliance Awards 2024* yang diselenggarakan oleh Hukumonline. Bertempat di Hotel Mulia, Senayan.

Pada malam penganugerahan, Hanwha Life Indonesia dianugerahi penghargaan kategori “*Gold - Notable Enterprise in Regulatory Compliance*” sebagai pengakuan atas komitmennya dalam menjaga dan menerapkan kepatuhan terhadap peraturan perundang-undangan. Ibu Fausia Isti Tanoso, selaku Kepala Departemen *Legal, Compliance & Corporate Secretary*, hadir mewakili perusahaan untuk menerima penghargaan langsung dari pihak Hukumonline.

Penghargaan ini menjadi bukti konkret bahwa kepatuhan hukum bukan hanya menjadi kewajiban, tetapi juga budaya yang tertanam kuat dalam operasional Hanwha Life. Prestasi ini tidak hanya menjadi pencapaian bagi Divisi *Compliance* dan Departemen *Legal, Compliance & Corporate Secretary*, tetapi juga mencerminkan sinergi seluruh bagian perusahaan dalam menjunjung tata kelola yang baik dan berkelanjutan.



Regulatory Compliance Awards 2024

On May 31, 2024, Hanwha Life Indonesia made another achievement by winning an award at the *Indonesia Regulatory Compliance Awards 2024* organized by Hukumonline. Located at Hotel Mulia, Senayan.

At the Awards Night, Hanwha Life Indonesia was awarded the “*Gold - Notable Enterprise in Regulatory Compliance*” category in recognition of its commitment in maintaining and implementing regulatory compliance. Ms. Fausia Isti Tanoso, as Head of Legal, Compliance & Corporate Secretary Department, represented the company to receive the award directly from Hukumonline.

This award is concrete proof that legal compliance is not only an obligation, but also a culture that is deeply embedded in Hanwha Life’s operations. This achievement is not only an achievement for the Compliance Division and Legal, Compliance & Corporate Secretary Department, but also reflects the synergy of all parts of the company in upholding good and sustainable governance.



Hanwha Appreciation Night 2024

Pada tanggal 31 Mei 2024, Hanwha Life Indonesia menggelar *Hanwha Appreciation Night 2024* di Hotel Raffles, Jakarta, sebagai bentuk penghargaan atas kinerja luar biasa para agen dan tim komersial. Tahun ini, *Hanwha Appreciation Night* terasa



Hanwha Appreciation Night 2024

On May 31, 2024, Hanwha Life Indonesia held *Hanwha Appreciation Night 2024* at Raffles Hotel, Jakarta, to recognize the outstanding performance of its agents and commercial teams. This year, *Hanwha Appreciation Night* was special as for

istimewa karena untuk pertama kalinya acara ini menggabungkan penghargaan untuk tim *Agency* dan *Commercial* dalam satu malam.

Acara dihadiri oleh seluruh Direksi Hanwha Life Indonesia serta para undangan. Berbagai penghargaan diberikan kepada agen dan tim berprestasi dalam kategori penjualan, layanan nasabah, dan inovasi. Salah satunya adalah Ibu Rame Uli, yang dinobatkan sebagai Top Agen Nasional 2024.

Melalui *Hanwha Appreciation Night*, Hanwha Life menegaskan komitmennya dalam mendukung pertumbuhan profesional para agen dan mempererat kolaborasi lintas tim. Acara ini menjadi momentum penting untuk memotivasi seluruh tenaga pemasar dalam memberikan layanan terbaik bagi masyarakat Indonesia.

the first time the event combined the awards for Agency and Commercial teams in one night.

The event was attended by Hanwha Life Indonesia's entire Board of Directors and guests. Various awards were given to outstanding agents and teams in the categories of sales, customer service, and innovation. One of them was Ms. Rame Uli, who was named the National Top Agent 2024.

Through Hanwha Appreciation Night, Hanwha Life affirms its commitment to supporting agents' professional growth and strengthening cross-team collaboration. This event is an important momentum to motivate all marketers in providing the best service for the people of Indonesia.

Juni / June



Pembukaan General Agency (GA) King Malang

Hanwha Life Indonesia dengan bangga meresmikan pembukaan kantor pemasaran terbaru di Malang, Jawa Timur, yang diberi nama *General Agency (GA) King Malang*. Kehadiran kantor ini merupakan bagian dari strategi perusahaan dalam memperluas jangkauan dan mempererat hubungan dengan pelanggan serta mitra bisnis di wilayah Jawa Timur.

Peresmian *General Agency King Malang* dilaksanakan pada 13 Juni 2024 dan dihadiri oleh Bapak Han Changwoo (CMSO), Ibu Genevieve Irany (Agency Division Head Hanwha Life Indonesia), serta *Founder General Agency King Malang*. Kehadiran para pemimpin ini menandakan pentingnya momen tersebut dalam mendukung pertumbuhan bisnis perusahaan.

Dengan pembukaan kantor *General Agency King Malang*, Hanwha Life Indonesia berharap dapat membangun kemitraan jangka panjang yang solid dengan komunitas lokal serta meningkatkan kontribusi bisnis secara keseluruhan di wilayah strategis ini.



Opening General Agency (GA) King Malang

Hanwha Life Indonesia is proud to inaugurate the opening of its newest marketing office in Malang, East Java, named General Agency (GA) King Malang. The presence of this office is part of the company's strategy to expand its reach and strengthen relationships with customers and business partners in the East Java region.

The inauguration of General Agency King Malang was held on June 13, 2024 and was attended by Mr. Han Changwoo (CMSO), Ms. Genevieve Irany (Agency Division Head Hanwha Life Indonesia), and the Founder of General Agency King Malang. The presence of these leaders signifies the importance of this moment in supporting the company's business growth.

With the opening of the General Agency King Malang office, Hanwha Life Indonesia hopes to build solid long-term partnerships with the local community and increase its overall business contribution in this strategic region.



STAR TRIP ke New Zealand

Star Trip merupakan Program Hanwha *Annual Convention Trip* yang berlangsung dari 1 Januari hingga 31 Desember 2024. Terdapat dua kelas pada program ini, yaitu *First Class* dan *Business Class*, dengan tiga kategori yaitu *Top Producer*, *Fine Recruiter*, dan *Great Builder*. Kontes *Star Trip* ini dapat diikuti oleh semua tenaga pemasar yang tentunya memiliki lisensi Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) aktif dibawah PT Hanwha Life Insurance Indonesia.

Hadiah utama *Star Trip* kali ini adalah perjalanan ke Iceland untuk *First Class* dan New Zealand untuk *Business Class*. Perjalanan ke New Zealand bagian utara telah dilaksanakan pada tanggal 1 Juni 2024 sampai dengan 7 Juni 2024 yang diikuti oleh pemenang kontes dari tim *Agency* dan *Commercial*. Trip ini menjadi bentuk apresiasi atas pencapaian luar biasa para tenaga pemasar yang telah menunjukkan performa gemilang selama periode program.



STAR TRIP to New Zealand

Star Trip is a Hanwha *Annual Convention Trip* Program that runs from January 1 to December 31, 2024. There are two classes in this program, namely *First Class* and *Business Class*, with three categories namely *Top Producer*, *Fine Recruiter*, and *Great Builder*. This *Star Trip* contest can be followed by all marketers who certainly have an active Indonesian Life Insurance Association (AAJI) license under PT Hanwha Life Insurance Indonesia.

The grand prize for this *Star Trip* is a trip to Iceland for *First Class* and New Zealand for *Business Class*. The trip to northern New Zealand was held on June 1 until June 7, 2024 which was attended by contest winners from the Agency and Commercial teams. This trip is a form of appreciation for the outstanding achievements of marketers who have shown outstanding performance during the program period.



Finansial Literasi Bersama Bingkai Jalan

Pada 22 Juni 2024, Hanwha Life Indonesia menyelenggarakan kegiatan literasi finansial bertajuk "Menabung untuk Masa Depan Anak Bingkai Jalan" di GOR Senen, Jakarta Pusat. Kegiatan ini bertujuan untuk memperkenalkan konsep keuangan kepada anak-anak sejak dini, terutama bagi anak-anak marjinal dari komunitas Bingkai Jalan.

Bingkai Jalan adalah ruang belajar bagi anak-anak yang tidak dapat mengakses pendidikan formal. Melalui kegiatan ini, anak-anak tidak hanya mendapatkan pemahaman dasar mengenai pentingnya menabung, tetapi juga termotivasi untuk memiliki mimpi besar dan semangat meraih masa depan. Hal ini juga disampaikan oleh Direktur Utama dan CEO Hanwha Life Indonesia, Bapak Steven Namkoong, dalam sambutannya.



Financial Literacy with Bingkai Jalan

On June 22, 2024, Hanwha Life Indonesia held a financial literacy activity entitled "Saving for the Future of Bingkai Jalan Children" at GOR Senen, Central Jakarta. This activity aims to introduce financial concepts to children from an early age, especially for marginalized children from the Bingkai Jalan community.

Bingkai Jalan is a learning space for children who cannot access formal education. Through this activity, children not only get a basic understanding of the importance of saving, but are also motivated to have big dreams and enthusiasm for the future. This was also conveyed by the President Director and CEO of Hanwha Life Indonesia, Mr. Steven Namkoong, in his speech.

Acara dikemas secara interaktif dan menyenangkan bersama pendongeng Kak Tony Dongeng, sehingga anak-anak belajar sambil bermain. Hanwha Life Indonesia berharap program ini dapat menjadi langkah awal dalam membangun generasi muda yang cakap secara finansial dan siap menghadapi tantangan di masa depan.

The event was packaged in an interactive and fun way with storyteller Kak Tony Dongeng, so that children learn while playing. Hanwha Life Indonesia hopes that this program can be the first step in building a young generation that is financially capable and ready to face the challenges of the future.



Literasi Keuangan di Malang

Memiliki literasi finansial yang baik merupakan kunci bagi orang tua dalam mengelola keuangan keluarga secara bijak. Dengan pemahaman yang tepat, keluarga dapat merencanakan keuangan secara efektif dan mencapai stabilitas finansial demi masa depan yang lebih cerah.

Sebagai bentuk komitmen dalam mendorong edukasi keuangan, Hanwha Life Indonesia mengadakan kegiatan literasi finansial di Malang pada 13 Juni 2024. Kegiatan ini dipandu oleh Ibu Dian Agustina selaku *Regional Development Manager* Hanwha Life Indonesia, yang membagikan informasi seputar manajemen keuangan keluarga serta pentingnya memberikan teladan finansial yang baik kepada anak-anak.

Hanwha Life Indonesia berharap kegiatan ini dapat memberikan dampak positif bagi keluarga dalam mengatur keuangan sehari-hari, membangun kesadaran finansial, serta mendorong perencanaan yang lebih matang untuk masa depan yang aman dan sejahtera.

Financial Literacy in Malang

Having good financial literacy is key for parents to manage family finances wisely. With the right understanding, families can plan their finances effectively and achieve financial stability for a brighter future.

As a form of commitment in encouraging financial education, Hanwha Life Indonesia held a financial literacy activity in Malang on June 13, 2024. The activity was hosted by Ms. Dian Agustina, Regional Development Manager of Hanwha Life Indonesia, who shared information about family financial management and the importance of providing good financial role models to children.

Hanwha Life Indonesia hopes that this activity can have a positive impact on families in managing daily finances, building financial awareness, and encouraging more mature planning for a safe and prosperous future.



Customer Gathering

Hanwha Life Indonesia bersama Bank Neo Commerce (BNC) sukses menyelenggarakan dua sesi *Customer Gathering* dalam bentuk *workshop* interaktif pada 13 Juni dan 20 Juni 2024. Acara ini diadakan di Restaurant



Customer Gathering

Hanwha Life Indonesia together with Bank Neo Commerce (BNC) successfully organized two Customer Gathering sessions in the form of interactive workshops on June 13 and June 20, 2024. The event was held at Restaurant Angke - Pantai

Angke – Pantai Indah Kapuk dan Restaurant Central – Tomang, Jakarta, dengan partisipasi nasabah dari cabang Pantai Indah Kapuk, Sky I, Sky II, dan Gozco.

Acara ini dihadiri oleh jajaran pimpinan Hanwha Life Indonesia dan BNC, termasuk Bapak Daniel Setiawan (*Head of Commercial Division Hanwha Life Indonesia*), Bapak Deon Suwartomi (*Partnership Sales Manager Hanwha Life Indonesia*), Ibu Vinita Susane (*Head of Commercial Support Hanwha Life Indonesia*), dan Bapak Angga Mahendra (*Head of Wealth Marketing BNC*).

Dengan mengangkat tema “*Protect Your Future*”, kegiatan ini menjadi wadah yang mempererat hubungan dengan nasabah serta memberikan wawasan bagaimana merencanakan masa depan yang aman. Hanwha Life Indonesia berkomitmen untuk terus menghadirkan acara yang memberikan nilai tambah nyata bagi para pelanggan.

Indah Kapuk and Restaurant Central - Tomang, Jakarta, with the participation of customers from Pantai Indah Kapuk, Sky I, Sky II, and Gozco branches.

The event was attended by Hanwha Life Indonesia and BNC leaders, including Mr. Daniel Setiawan (Head of Commercial Division Hanwha Life Indonesia), Mr. Deon Suwartomi (Partnership Sales Manager Hanwha Life Indonesia), Ms. Vinita Susane (Head of Commercial Support Hanwha Life Indonesia), and Mr. Angga Mahendra (Head of Wealth Marketing BNC).

With the theme “Protect Your Future”, this activity is a forum that strengthens relationships with customers and provides insight into how to plan for a secure future. Hanwha Life Indonesia is committed to continue presenting events that provide real added value to customers.



Customer Gathering Agency

Pada 19 Juni 2024, Hanwha Life Indonesia menggelar *Customer Gathering* yang dihadiri oleh klien dan tim *agency* di Resto Bistagram, Jakarta. Kegiatan ini bertujuan memperkuat relasi antara agen dan pelanggan sekaligus menjadi forum untuk saling berbagi inspirasi dan masukan.

Customer Gathering ini juga menjadi ajang *networking* yang efektif. Para klien dapat berinteraksi satu sama lain, berbagi pengalaman, dan membangun koneksi baru yang bermanfaat bagi bisnis mereka.

Tidak hanya menjadi ajang apresiasi, *Customer Gathering* ini berhasil mencapai tujuannya untuk memperkuat hubungan dengan klien serta memberikan wawasan baru tentang tren dan strategi yang dapat diterapkan dalam bisnis. Dengan acara seperti ini, Hanwha Life menunjukkan komitmennya dalam memberikan pelayanan terbaik dan menjalin kerja sama jangka panjang yang saling menguntungkan.

Customer Gathering Agency

On June 19, 2024, Hanwha Life Indonesia held a Customer Gathering attended by clients and agency teams at Resto Bistagram, Jakarta. This activity aims to strengthen the relationship between agents and customers as well as a forum for sharing inspiration and feedback.

This Customer Gathering is also an effective networking event. Clients can interact with each other, share experiences, and build new connections that will benefit their business.

Not only an appreciation event, this Customer Gathering successfully achieved its goal of strengthening relationships with clients as well as providing new insights on trends and strategies that can be applied in business. With events like this, Hanwha Life demonstrates its commitment to providing the best service and establishing long-term, mutually beneficial partnerships.

Juli / July



Indonesia Best Foreign CEO 2024

Warta Ekonomi menganugerahkan penghargaan *Indonesia Best Foreign CEO 2024* kepada para pemimpin perusahaan yang dinilai berhasil menunjukkan kepemimpinan karismatik lintas budaya. Dalam ajang yang bertema “*Navigating Cross-Cultural Landscapes with Charismatic Leadership*”, Bapak Steven Namkoong selaku Direktur Utama dan CEO Hanwha Life Indonesia, dinobatkan sebagai *The Best Foreign CEO 2024 for Optimizing Protection Benefits through Innovation and Service Expansion*. Penghargaan ini diterima secara simbolis oleh Bapak Han Changwoo selaku CMSO Hanwha Life Indonesia, pada 30 Juli 2024 di The Sultan Hotel & Residence, Jakarta.

Penghargaan ini menjadi bukti atas komitmen Bapak Steven Namkoong dalam menjalankan prinsip pengelolaan investasi yang *prudent* dan transparan serta upaya aktif dalam memperluas akses terhadap proteksi asuransi. Hanwha Life Indonesia terus konsisten menyelenggarakan program literasi keuangan dan asuransi, meluncurkan produk inovatif seperti *Hanwha Smart Critical Illness (HSCI)* dan *Hanwha Ultimate Smart Saving (HUSS)*, serta memperkuat kemitraan strategis seperti dengan Lippo General Insurance.

Bapak Steven Namkoong juga mendorong digitalisasi melalui aplikasi *Orange Planner*, *Hanwha Smart*, dan *Orangetopia* berbasis *metaverse*. Di bawah kepemimpinannya, Hanwha Life mencatatkan pertumbuhan signifikan, dengan total pendapatan sebesar Rp 255,6 miliar pada tahun 2023 (*unaudited*), meningkat 18,55% dari tahun sebelumnya. Capaian ini menunjukkan bagaimana visi dan inovasi Bapak Steven Namkoong berdampak langsung terhadap performa bisnis dan keberlanjutan perusahaan.



Indonesia Best Foreign CEO 2024

Warta Ekonomi awarded the *Indonesia Best Foreign CEO 2024* to corporate leaders who are considered successful in demonstrating charismatic leadership across cultures. In the event themed “*Navigating Cross-Cultural Landscapes with Charismatic Leadership*”, Mr. Steven Namkoong as President Director dan CEO of Hanwha Life Indonesia, was named *The Best Foreign CEO 2024 for Optimizing Protection Benefits through Innovation and Service Expansion*. The award was symbolically received by Mr. Han Changwoo as CMSO of Hanwha Life Indonesia, on July 30, 2024 at The Sultan Hotel & Residence, Jakarta.

This award is a testament to Mr. Steven Namkoong's commitment to prudent and transparent investment management principles and active efforts in expanding access to insurance protection. Hanwha Life Indonesia consistently organizes financial and insurance literacy programs, launches innovative products such as Hanwha Smart Critical Illness (HSCI) and Hanwha Ultimate Smart Saving (HUSS), and strengthens strategic partnerships such as with Lippo General Insurance.

Mr. Steven Namkoong also drove digitalization through the metaverse-based Orange Planner, Hanwha Smart, and Orangetopia apps. Under his leadership, Hanwha Life recorded significant growth, with total revenue of IDR 255.6 billion in 2023 (unaudited), an 18.55% increase from the previous year. This achievement shows how Mr. Steven Namkoong's vision and innovation



Pembukaan General Agency (GA) Malang Premier

Hanwha Life Indonesia dengan bangga mengumumkan pembukaan kantor pemasaran General Agency (GA) Premier di Malang, Jawa Timur. Peresmian yang berlangsung pada 18 Juli 2024 ini menjadi tonggak penting dalam strategi ekspansi perusahaan untuk semakin dekat dengan masyarakat di wilayah Jawa Timur dan memperkuat kehadiran Hanwha Life di pasar asuransi Indonesia.

Acara peresmian dihadiri langsung oleh Direktur Utama dan CEO Hanwha Life Indonesia, Bapak Steven Namkoong, Agency Division Head, Ibu Genevieve Irany, Vice President Premier, Bapak Djati Sutanto dan Ibu Nurwati Rosni, serta Founder General Agency, Premier Malang. Acara ini tidak hanya menjadi simbol kehadiran fisik perusahaan di Malang, tetapi juga bentuk komitmen dalam membina hubungan yang lebih erat dengan mitra serta nasabah setempat.

Berlokasi di Jl. M. Panjaitan Kavling 7 Ruko No. 2, Klojen – Malang, kantor General Agency Premier Malang diharapkan menjadi pusat aktivitas pemasaran yang aktif dan produktif. Dengan fasilitas yang mendukung dan semangat kolaboratif tim, Hanwha Life optimis bahwa kantor ini akan menjadi penggerak pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan sekaligus menghadirkan solusi proteksi terbaik bagi seluruh nasabah.



Opening General Agency (GA) Malang Premier

Hanwha Life Indonesia is pleased to announce the opening of its Premier General Agency (GA) marketing office in Malang, East Java. The inauguration, which took place on July 18, 2024, is an important milestone in the company's expansion strategy to get closer to the people in the East Java region and strengthen Hanwha Life's presence in the Indonesian insurance market.

The inauguration ceremony was attended by President Director and CEO of Hanwha Life Indonesia, Mr. Steven Namkoong, Agency Division Head, Ms. Genevieve Irany, Vice President of Premier, Mr. Djati Sutanto and Ms. Nurwati Rosni, as well as Founder of General Agency, Premier Malang. This event is not only a symbol of the company's physical presence in Malang, but also a form of commitment in fostering closer relationships with local partners and customers.

Located at Jl. M. Panjaitan Kavling 7 Ruko No. 2, Klojen - Malang, the General Agency Premier Malang office is expected to be the center of active and productive marketing activities. With its supportive facilities and collaborative team spirit, Hanwha Life is optimistic that this office will drive sustainable business growth while providing the best protection solutions for all customers.



Kunjungan Hanwha Life Vietnam ke Hanwha Life Indonesia

Hanwha Life Indonesia dengan bangga menerima kunjungan bisnis dari Hanwha Life Vietnam sebagai bagian dari upaya mempererat hubungan serta memperkuat sinergi antar-entitas dalam grup Hanwha. Kunjungan ini menjadi momen penting untuk saling berbagi wawasan strategis, praktik terbaik, serta memperdalam kerja sama lintas negara di bidang asuransi jiwa.



Hanwha Life Vietnam Visit Hanwha Life Indonesia

Hanwha Life Indonesia is proud to receive a business visit from Hanwha Life Vietnam as part of efforts to strengthen relations and synergies between entities within the Hanwha group. This visit is an important moment to share strategic insights, best practices, and deepen cross-country cooperation in the field of life insurance.

Dipimpin langsung oleh CEO Hanwha Life Vietnam, Bapak Hwang Jun Hwan, delegasi yang terdiri dari *Part of Leader* dan *Head of Department* disambut hangat oleh manajemen Hanwha Life Indonesia. Selama kunjungan, berlangsung diskusi intensif mengenai inovasi produk, strategi pemasaran, dan optimalisasi layanan pelanggan. Selain itu, Hanwha Life Indonesia juga mempresentasikan berbagai pencapaian serta rencana bisnis ke depan yang diharapkan dapat memberikan inspirasi dan nilai tambah bagi Hanwha Life Vietnam.

Direktur Utama dan CEO Hanwha Life Indonesia, Bapak Steven Namkoong, menyampaikan rasa terima kasih dan kehormatan atas kunjungan ini. Ia menegaskan bahwa momen ini tidak hanya memperkuat hubungan profesional, tetapi juga menjadi kesempatan emas untuk bertukar pengalaman dan memperkuat ketahanan bisnis di tengah dinamika industri. Selain sesi diskusi dan presentasi, delegasi Vietnam juga berkesempatan mengunjungi beberapa fasilitas operasional, termasuk kantor pusat dan kantor pemasaran, untuk melihat langsung implementasi strategi bisnis Hanwha Life Indonesia.

Led directly by Hanwha Life Vietnam CEO, Mr. Hwang Jun Hwan, the delegation consisting of Part of Leader and Head of Department was warmly welcomed by Hanwha Life Indonesia management. During the visit, intensive discussions took place regarding product innovation, marketing strategies, and customer service optimization. In addition, Hanwha Life Indonesia also presented various achievements and future business plans that are expected to provide inspiration and added value for Hanwha Life Vietnam.

Hanwha Life Indonesia's President Director and CEO, Mr. Steven Namkoong, expressed his gratitude and honor for this visit. He emphasized that this moment not only strengthens professional relations, but also becomes a golden opportunity to exchange experiences and strengthen business resilience amidst the dynamics of the industry. In addition to discussion and presentation sessions, the Vietnamese delegation also had the opportunity to visit several operational facilities, including the head office and marketing office, to see firsthand the implementation of Hanwha Life Indonesia's business strategy.



Build Dream Session

Dalam rangka proses evaluasi dan optimalisasi pencapaian kinerja di tahun 2024, Hanwha Life Indonesia menyelenggarakan H1 2024 *Build Dream Session* bagi para *leader*. *Build Dream Session* bertujuan untuk meninjau kembali pencapaian-pencapaian yang telah diraih selama semester 1 tahun 2024, serta menyusun strategi yang lebih efektif untuk semester 2 2024.

Build Dream Session dihadiri oleh semua seluruh level Direktur serta *Head of Division* dan *Head of Department* yang dilaksanakan pada tanggal 11 Juli 2024 di Hotel Swissotel PIK, Jakarta. Dalam sesi ini, divisi/departemen terkait mempresentasikan laporan kinerja mereka, mengidentifikasi tantangan yang dihadapi, serta memberikan masukan untuk perbaikan ke depan.

Selain itu, *meeting* ini juga menjadi forum diskusi untuk menyusun rencana kerja yang lebih terstruktur, dengan fokus pada peningkatan efisiensi operasional, inovasi produk, dan peningkatan kepuasan *customer*. Hanwha Life Indonesia juga memberikan penghargaan kepada departemen yang berkinerja dengan baik selama semester 1 tahun 2024.



Build Dream Session

In order to evaluate and optimize performance achievement in 2024, Hanwha Life Indonesia held H1 2024 Build Dream Session for leaders. The Build Dream Session aims to review the achievements that have been made during the first semester of 2024, as well as to develop a more effective strategy for the second semester of 2024.

The Build Dream Session was attended by all levels of Directors as well as Heads of Division and Heads of Department and was held on July 11, 2024 at Swissotel PIK Hotel, Jakarta. In this session, the relevant divisions/departments presented their performance reports, identified challenges faced, and provided input for future improvements.

In addition, this meeting also served as a discussion forum to develop a more structured work plan, with a focus on improving operational efficiency, product innovation, and increasing customer satisfaction. Hanwha Life Indonesia also gave awards to departments that performed well during the first semester of 2024.



National Sales Meeting & Kick Off Semester 2 2024

Hanwha Life Indonesia menyelenggarakan *National Sales Meeting & Kick Off Semester 2 2024*, sebuah acara tahunan yang mempertemukan seluruh *Sales Team* dari berbagai kota di Indonesia, tentunya tujuan dari acara ini adalah untuk menambah semangat *Sales Team* agar dapat mencapai target dan komitmen di tahun 2024 serta mengejar kekurangan pencapaian selama semester 1 tahun 2024. Tema *National Sales Meeting & Kick Off Semester 2 2024* tahun ini adalah "*Accelerate Growth, Be the Champion, Complete Dreams*" yang mencerminkan fokus Hanwha Life untuk mendorong semangat agar terus berkembang dengan cepat, berjuang untuk menjadi yang terbaik, dan pada akhirnya mewujudkan impian.

Acara ini telah dilaksanakan pada tanggal 4 Juli 2024 sampai dengan 6 Juli 2024. Pada tanggal 4 Juli 2024 dimulai dengan *sales update* dari tim *Sales & Marketing* yang dilaksanakan di kantor pusat Hanwha Life. Kemudian dilanjutkan tanggal 5 Juli 2024 dilakukan di Hotel Ayana, Jakarta, dengan *update* dari tim kantor pusat dan juga presentasi dari tim sales untuk strategi dan komitmen masing-masing *region* di semester 2 (dua) ini.

Pada hari terakhir dilakukan kegiatan *outbond*, tujuan dari kegiatan ini tentunya untuk memperkuat kebersamaan, meningkatkan keterampilan kerja sama tim, membangun komunikasi yang lebih baik, dan mengembangkan kepercayaan diri serta kreativitas. *National Sales Meeting 2024* ini bukan hanya menjadi ajang evaluasi, tetapi juga menjadi momen penting untuk menyongsong tahun baru dengan strategi yang lebih matang dan semangat yang diperbarui.

National Sales Meeting & Kick Off Semester 2 2024

Hanwha Life Indonesia held the *National Sales Meeting & Kick Off Semester 2 2024*, an annual event that brings together all *Sales Teams* from various cities in Indonesia, of course the purpose of this event is to increase the enthusiasm of the *Sales Team* in order to achieve targets and commitments in 2024 and catch up on the shortcomings of achievements during the first semester of 2024. The theme of this year's *National Sales Meeting & Kick Off Semester 2 2024* is "*Accelerate Growth, Be the Champion, Complete Dreams*" which reflects Hanwha Life's focus on encouraging the spirit to continue to grow quickly, strive to be the best, and ultimately realize dreams.

The event was held on July 4 until July 6, 2024. On July 4, 2024, it started with a *sales update* from the *Sales & Marketing* team held at Hanwha Life's head office. Then continued on July 5, 2024 at the Ayana Hotel, Jakarta, with updates from the head office team and also presentations from the sales team for strategies and commitments for each region in semester 2 (two).

On the last day, *outbound* activities were carried out, the purpose of this activity is of course to strengthen togetherness, improve teamwork skills, build better communication, and develop self-confidence and creativity. The 2024 *National Sales Meeting* was not only an evaluation event, but also an important moment to welcome the new year with a more mature strategy and renewed enthusiasm.

Agustus / August

Cara Baru Memenuhi Kebutuhanmu

myvitamine.co.id

Cek Sekarang!



Peluncuran My Vitamine

Hanwha Life Indonesia meluncurkan *website digital* terbaru yaitu, myvitamine.co.id. *Website* ini dirancang untuk memudahkan nasabah dalam mengakses berbagai produk asuransi digital sesuai kebutuhan mereka, dengan proses pembelian yang praktis dan mudah.

Website My Vitamine menawarkan pengalaman baru dalam pembelian produk asuransi digital dengan cara yang cepat dan nyaman. Nasabah dapat memilih *vitamine* produk yang mereka butuhkan hanya dengan beberapa klik. Tersedia dua pilihan produk utama yaitu BLP (*Bucket List Plan*) dan PA (*Personal Accident*) yang dapat dibeli langsung melalui *website*.

Launching My Vitamine

Hanwha Life Indonesia launched a new digital website, myvitamine.co.id. This website is designed to make it easier for customers to access various digital insurance products according to their needs, with a practical and easy purchase process.

My Vitamine website offers a new experience in purchasing digital insurance products in a fast and convenient way. Customers can choose the *vitamine* products they need with just a few clicks. There are two main product options, namely BLP (*Bucket List Plan*) and PA (*Personal Accident*) which can be purchased directly through the website.



Top Agent Award AAJI 2024

Pada tanggal 8 Agustus sampai dengan 10 Agustus 2024, Hanwha Life Indonesia berpartisipasi dalam *Top Agent Award (TAA) AAJI 2024* di Batam, ajang penghargaan bergengsi yang diadakan oleh Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI). Acara ini menjadi momentum apresiasi untuk agen-agen terbaik sekaligus wadah berbagi pengalaman, membangun jejaring, dan memperkuat kolaborasi di industri asuransi.

Hanwha Life diwakili agen-agen terpilih yang lolos kualifikasi, serta dihadiri oleh Ibu Genevieve Irany selaku *Agency Division Head* Hanwha Life Indonesia. Partisipasi ini menunjukkan komitmen Hanwha Life untuk terus memotivasi para agen agar selalu memberikan layanan terbaik bagi nasabah.



Top Agent Award AAJI 2024

On August 8 until August 10, 2024, Hanwha Life Indonesia participated in the *AAJI Top Agent Award (TAA) 2024* in Batam, a prestigious award event held by the Indonesian Life Insurance Association (AAJI). This event is a momentum of appreciation for the best agents as well as a place to share experiences, build networks, and strengthen collaboration in the insurance industry.

Hanwha Life was represented by selected agents who passed the qualifications, and was attended by Ms. Genevieve Irany as *Agency Division Head* of Hanwha Life Indonesia. This participation shows Hanwha Life's commitment to continuously motivate agents to always provide the best service for customers.



Hanwha Townhall & Hanwha Olympic

Hanwha Life Indonesia sukses menggelar *Employee Town Hall & Olympic* 2024 pada 16 Agustus 2024 dengan tema "*Teamwork Makes the Dream Work, Together We Rise*". Acara ini dihadiri seluruh karyawan *Head Office* dan jajaran manajemen, serta bertujuan mempererat kebersamaan dan semangat kerja tim. *Town Hall* berlangsung di *Conference Hall*, *World Trade Center Jakarta*, dibuka oleh Direktur Utama dan CEO Hanwha Life Indonesia, Bapak Steven Namkoong, yang menyampaikan apresiasi terhadap kontribusi karyawan, serta memaparkan strategi dan tujuan perusahaan untuk semester dua 2024.

Sesi *Town Hall* juga menampilkan *sharing session* dari Bapak Daniel Setiawan (*Head of Commercial Division*) dan Ibu Bintang Mentari (CoE) yang membagikan informasi terkait proyek dan inisiatif strategis perusahaan. Kedua pembicara menyoroti pentingnya inovasi dan sinergi antardepartemen dalam menghadapi tantangan dan mencapai target bersama.

Acara dilanjutkan dengan *Employee Olympic* di *Sports Hall*, *CGV FX Sudirman*, Jakarta. Kegiatan ini diisi dengan berbagai lomba seperti futsal, tenis meja, dan permainan tradisional yang mendorong kekompakan dan sportivitas antar karyawan. Hanwha Life berharap agenda tahunan ini terus menjadi momen penting dalam membangun budaya kerja yang kolaboratif dan inspiratif.

Hanwha Townhall & Hanwha Olympic

Hanwha Life Indonesia successfully held *Employee Town Hall & Olympic* 2024 on August 16, 2024 with the theme "*Teamwork Makes the Dream Work, Together We Rise*." The event was attended by all *Head Office* employees and management, and aimed to strengthen togetherness and teamwork spirit. The *Town Hall* took place at the *Conference Hall*, *World Trade Center Jakarta*, and was opened by *President Director* and CEO Hanwha Life Indonesia, Mr. Steven Namkoong, who expressed his appreciation for the contribution of employees, and explained the company's strategy and goals for the second half of 2024.

The *Town Hall* session also featured *sharing sessions* from Mr. Daniel Setiawan (*Head of Commercial Division*) and Ms. Bintang Mentari (CoE) who shared information related to the company's strategic projects and initiatives. Both speakers highlighted the importance of innovation and interdepartmental synergy in facing challenges and achieving shared targets.

The event continued with *Employee Olympic* at *Sports Hall*, *CGV FX Sudirman*, Jakarta. This activity was filled with various competitions such as futsal, table tennis, and traditional games that encourage cohesiveness and sportsmanship among employees. Hanwha Life hopes that this annual agenda will continue to be an important moment in building a collaborative and inspiring work culture.



Perjalanan Pelatihan Agency ke Vietnam

Pada 21 Agustus 2024 sampai dengan 25 Agustus 2024, Hanwha Life Indonesia mengadakan *Agency Training Trip* ke kantor pusat Hanwha Life Vietnam di Ho Chi Minh City. Kegiatan ini bertujuan meningkatkan kualitas dan kompetensi agen melalui pembelajaran lintas negara. Trip ini dihadiri oleh Bapak Steven

Agency Training Trip to Vietnam

On August 21 until August 25, 2024, Hanwha Life Indonesia held an *Agency Training Trip* to Hanwha Life Vietnam headquarters in Ho Chi Minh City. This activity aims to improve agent quality and competence through cross-country learning. The trip was attended by Mr. Steven Namkoong (Hanwha Life

Namkoong (Direktur Utama dan CEO Hanwha Life Indonesia) dan Ibu Genevieve Irary (Agency Division Head), serta agen-agen terpilih.

Selama pelatihan, peserta diperkenalkan pada berbagai strategi penjualan, inovasi produk, serta metode pelayanan nasabah yang diterapkan di Hanwha Life Vietnam. Kegiatan ini juga menjadi ajang pertukaran praktik terbaik untuk memperluas wawasan dan keterampilan agen dalam menghadapi tantangan industri asuransi jiwa yang terus berkembang.

Melalui inisiatif ini, Hanwha Life Indonesia berharap dapat memperkuat jaringan agen yang lebih profesional, adaptif, dan berdaya saing tinggi, serta mendorong pencapaian target bisnis yang lebih ambisius di masa mendatang.

Indonesia's President Director and CEO), Ms. Genevieve Irary (Agency Division Head), and selected agents.

During the training, participants were introduced to various sales strategies, product innovations, and customer service methods implemented at Hanwha Life Vietnam. The event also served as an exchange of best practices to broaden agents' horizons and skills in facing the challenges of the evolving life insurance industry.

Through this initiative, Hanwha Life Indonesia hopes to strengthen a more professional, adaptive and highly competitive agent network, and drive the achievement of more ambitious business targets in the future.

September/ September



Hanwha Goes to Campus

Pada 24 September 2024, Hanwha Life Indonesia menyelenggarakan program edukasi *Hanwha Goes to Campus* di Fakultas Vokasi, Universitas Indonesia, Jurusan Asuransi dan Aktuaria. Program ini bertujuan memperkenalkan literasi keuangan kepada mahasiswa, khususnya terkait investasi dan pengelolaan keuangan yang cerdas.

Bapak Alexander Febriano Widjanarko, Direktur & CCO Hanwha Life Indonesia, menyampaikan pentingnya pemahaman literasi keuangan sejak dini untuk membangun masa depan yang stabil. Ia juga menjelaskan peran asuransi dan investasi sebagai instrumen penting dalam perencanaan keuangan pribadi. Selain itu, Bapak Heri Yuliyanto, perwakilan dari Program Studi Vokasi, Jurusan Asuransi dan Aktuaria, turut memberikan sambutan. Ia mengapresiasi inisiatif Hanwha Life dalam memberikan edukasi langsung kepada mahasiswa, yang sangat relevan dengan disiplin ilmu yang mereka pelajari.

Acara ini turut melibatkan kolaborasi dengan salah satu grup Hanwha, Ciptadana, yang memberikan wawasan seputar investasi dan manajemen risiko. Kegiatan berlangsung interaktif dan mendapat antusiasme tinggi dari para mahasiswa. Hanwha Life berharap inisiatif ini dapat terus mendukung pengembangan pengetahuan keuangan di kalangan generasi muda.



Hanwha Goes to Campus

On September 24, 2024, Hanwha Life Indonesia held the *Hanwha Goes to Campus* education program at the Faculty of Vocational Studies, University of Indonesia, Department of Insurance and Actuarial. This program aims to introduce financial literacy to students, especially related to investment and smart financial management.

Mr. Alexander Febriano Widjanarko, Director & CCO of Hanwha Life Indonesia, conveyed the importance of understanding financial literacy early on to build a stable future. He also explained the role of insurance and investment as important instruments in personal financial planning. In addition, Mr. Heri Yuliyanto, a representative from the Vocational Study Program, Department of Insurance and Actuarial, also gave a speech. He appreciated Hanwha Life's initiative in providing direct education to students, which is very relevant to the disciplines they study.

The event also involved collaboration with one of Hanwha's groups, Ciptadana, who provided insights on investment and risk management. The activity was interactive and received high enthusiasm from the students. Hanwha Life hopes that this initiative can continue to support the development of financial knowledge among the younger generation.



Indonesia Top Insurance Awards 2024

Pada tanggal 10 September 2024, Hanwha Life Indonesia meraih penghargaan dalam ajang Indonesia Top Insurance Awards 2024 yang diselenggarakan oleh The Iconomics di Sultan Hotel, Jakarta. Penghargaan ini diterima oleh Ibu Genevieve Irary selaku Agency Division Head Hanwha Life Indonesia, yang hadir mewakili perusahaan dalam acara tersebut.

Penghargaan ini menjadi bentuk apresiasi atas dedikasi Hanwha Life dalam memberikan layanan terbaik bagi nasabah, serta menjaga tata kelola perusahaan yang berintegritas tinggi. Keberhasilan ini mencerminkan konsistensi Hanwha Life dalam memperkuat keandalan dan kredibilitasnya di industri asuransi Indonesia.

Indonesia Top Insurance Awards 2024

On September 10, 2024, Hanwha Life Indonesia received an award at the Indonesia Top Insurance Awards 2024 organized by The Iconomics at Sultan Hotel, Jakarta. The award was received by Ms. Genevieve Irary as Agency Division Head of Hanwha Life Indonesia, who represented the company at the event.

This award is a form of appreciation for Hanwha Life's dedication in providing the best service for customers, as well as maintaining corporate governance with high integrity. This success reflects Hanwha Life's consistency in strengthening its reliability and credibility in the Indonesian insurance industry.



TOP GRC Awards 2024

Pada tanggal 11 September 2024, Hanwha Life Indonesia kembali mencetak prestasi dengan meraih dua penghargaan bergengsi dalam ajang TOP GRC Awards 2024 yang diselenggarakan oleh TOP Business. Hanwha Life menerima penghargaan #Stars 4 dan The Most Committed GRC Leader 2024, yang diterima langsung oleh Bapak Alexander Febriano Widjanarko, selaku Direktur dan CCO Hanwha Life Indonesia.

Penghargaan ini menjadi bukti nyata atas komitmen perusahaan dalam menerapkan tata kelola perusahaan yang baik (Good Corporate Governance), manajemen risiko yang efektif, serta kepatuhan hukum yang berkelanjutan. Ketiga pilar tersebut merupakan fondasi penting dalam menciptakan operasional perusahaan yang etis dan bertanggung jawab.

TOP GRC Awards 2024

On September 11, 2024, Hanwha Life Indonesia made another achievement by winning two prestigious awards in the TOP GRC Awards 2024 organized by TOP Business. Hanwha Life received the #Stars 4 and The Most Committed GRC Leader 2024 awards, which were received directly by Mr. Alexander Febriano Widjanarko, as Director and CCO of Hanwha Life Indonesia.

This award is a clear proof of the company's commitment to implementing good corporate governance, effective risk management, and sustainable legal compliance. These three pillars are important foundations in creating ethical and responsible company operations.

Oktober/ October



Upacara Penandatanganan Lol Hanwha Life x PPAPP Mobile Digital Family Center

Pada 16 Oktober 2024, Hanwha Life Indonesia menandatangani *Letter of Intent* dengan Dinas Pemberdayaan, Perlindungan Anak dan Pengendalian Penduduk (DPPAPP) Provinsi DKI Jakarta untuk mendukung peluncuran *Mobile Digital Family Center*. Program ini menghadirkan layanan konseling *online* dan *offline* bagi anak-anak dan perempuan di Jakarta.

Mobil layanan akan dilengkapi ruang konseling yang nyaman dan teknologi digital terkini, termasuk *platform* telekonseling. Inisiatif ini mendukung program perlindungan dan pemberdayaan masyarakat dari Pemrov DKI Jakarta, dengan harapan menjangkau lebih banyak penerima manfaat secara efektif dan terjangkau.

Hanwha Life Indonesia berkomitmen memberikan kontribusi nyata melalui layanan psikososial yang berkualitas, guna membantu anak dan perempuan menghadapi tantangan serta tumbuh dengan lebih sehat dan percaya diri.

Signing Ceremony Lol Hanwha Life x PPAPP Mobile Digital Family Center

On October 16, 2024, Hanwha Life Indonesia signed a *Letter of Intent* with the DKI Jakarta Provincial Office of Empowerment, Child Protection and Population Control (DPPAPP) to support the launch of *Mobile Digital Family Center*. This program provides *online* and *offline* counseling services for children and women in Jakarta.

The mobile service will be equipped with a comfortable counseling room and the latest digital technology, including a telecounseling platform. This initiative supports the DKI Jakarta Provincial Government's community protection and empowerment program, with the hope of reaching more beneficiaries effectively and affordably.

Hanwha Life Indonesia is committed to making a real contribution through quality psychosocial services, to help children and women face challenges and grow healthier and more confident.



Perayaan Ulang Tahun ke-11 Hanwha Life Indonesia & Pembukaan Pusat Layanan Pelanggan

Pada 24 Oktober 2024, Hanwha Life Indonesia merayakan hari jadinya yang ke-11 secara virtual dari *Sales Office* Jakarta, Gedung Permata Kuningan. Momen ini juga menandai peresmian *Customer Care Center* sebagai bentuk komitmen dalam meningkatkan kualitas layanan bagi nasabah melalui pengalaman yang lebih personal dan profesional.

Hanwha Life Indonesia 11th Anniversary & Customer Care Center Opening

On October 24, 2024, Hanwha Life Indonesia celebrated its 11th anniversary virtually from the Jakarta *Sales Office*, Permata Kuningan Building. This moment also marked the inauguration of the *Customer Care Center* as a form of commitment in improving service quality for customers through a more personalized and professional experience.

Perayaan berlangsung hangat dan meriah. Dalam Pidatonya, Bapak Steven Namkoong selaku Direktur Utama dan CEO Hanwha Life Indonesia menyampaikan pesan kepemimpinan yang menginspirasi seluruh karyawan untuk terus berkembang dan memberi kontribusi terbaik bagi perusahaan.

The celebration was warm and lively. In his speech, Mr. Steven Namkoong as President Director and CEO of Hanwha Life Indonesia delivered a leadership message that inspired all employees to continue to grow and make the best contribution to the company.

Sebagai apresiasi, perusahaan juga memberikan penghargaan kepada karyawan dengan masa kerja 5 hingga 10 tahun. Ulang tahun ke-11 ini menjadi pengingat atas perjalanan Hanwha Life di Indonesia sekaligus komitmen untuk terus memberikan layanan terbaik dan tumbuh bersama nasabah.

As an appreciation, the company also gave awards to employees with 5 to 10 years of service. This 11th anniversary is a reminder of Hanwha Life's journey in Indonesia as well as a commitment to continue to provide the best service and grow with customers.



Media Asuransi Awards 2024

Pada tanggal 1 Oktober 2024, Hanwha Life Indonesia meraih penghargaan *Best Life Insurance 2024* dalam kategori Kelompok Ekuitas Rp1–4 Triliun pada ajang Media Asuransi Awards 2024. Acara penghargaan berlangsung di Ballroom 2, Hotel JS Luwansa, Jakarta Selatan, dan dihadiri oleh sejumlah pelaku industri asuransi nasional. Penghargaan ini diterima oleh Bapak Daniel Setiawan selaku *Head of Commercial Division* Hanwha Life Indonesia.

Media Asuransi Awards 2024

On October 1, 2024, Hanwha Life Indonesia won the Best Life Insurance 2024 award in the category of Equity Group Rp1-4 trillion at the Media Asuransi Awards 2024. The award ceremony took place in Ballroom 2, JS Luwansa Hotel, South Jakarta, and was attended by a number of national insurance industry players. This award was received by Mr. Daniel Setiawan as Head of Commercial Division Hanwha Life Indonesia.

Penghargaan ini menjadi pengakuan atas komitmen Hanwha Life dalam menjaga kualitas layanan serta terus menghadirkan inovasi dalam solusi perlindungan jiwa. Dengan menjaga standar operasional yang tinggi dan strategi bisnis yang berkelanjutan, Hanwha Life mampu mempertahankan kepercayaan nasabah di tengah tantangan industri.

This award recognizes Hanwha Life's commitment in maintaining service quality and continuing to bring innovation in life protection solutions. By maintaining high operational standards and sustainable business strategies, Hanwha Life is able to maintain customer trust amidst industry challenges.



Indonesian In-house Counsel Summit & Awards 2024

Pada tanggal 17 Oktober sampai dengan 18 Oktober 2024, Hanwha Life Indonesia kembali menorehkan prestasi membanggakan dalam ajang

Indonesian In-house Counsel Summit & Awards 2024

On October 17 until October 18, 2024, Hanwha Life Indonesia made another proud achievement at the Indonesian In-House Counsel Summit & Awards 2024 organized

Indonesian In-House Counsel Summit & Awards 2024 yang diselenggarakan oleh Hukumonline bersama *Indonesian Corporate Counsel Association (ICCA)* di The Westin Nusa Dua, Bali. Bapak Alexander Febriano Widjanarko, Direktur sekaligus CCO Hanwha Life Indonesia, menerima penghargaan sebagai *Indonesia's Most Respected In-House Counsel 2024* untuk kategori industri asuransi.

Penghargaan ini menjadi bentuk apresiasi atas kontribusi signifikan Bapak Alexander Febriano Widjanarko dalam memimpin fungsi hukum perusahaan secara strategis dan berintegritas. Kepemimpinan hukum yang kuat dan responsif terhadap tantangan regulasi di sektor jasa keuangan menjadikannya sosok panutan di industri. Selain itu, Bapak Alexander Febriano Widjanarko juga masuk dalam nominasi *In-House Counsel Leader of the Year*, menegaskan rekognisi luas atas perannya di tingkat nasional. Dalam sambutannya, Bapak Alexander Febriano Widjanarko menyampaikan bahwa pencapaian ini merupakan hasil kerja keras dan kolaborasi solid dari seluruh tim *legal Hanwha Life*.

by Hukumonline and the Indonesian Corporate Counsel Association (ICCA) at The Westin Nusa Dua, Bali. Mr. Alexander Febriano Widjanarko, Director and CCO of Hanwha Life Indonesia, received an award as *Indonesia's Most Respected In-House Counsel 2024* for the insurance industry category.

This award is a form of appreciation for Mr. Alexander Febriano Widjanarko's significant contribution in leading the company's legal function strategically and with integrity. His strong legal leadership and responsiveness to regulatory challenges in the financial services sector make him a role model in the industry. In addition, Mr. Alexander Febriano Widjanarko was also nominated for In-House Counsel Leader of the Year, confirming the wide recognition of his role at the national level. In his speech, Mr. Alexander Febriano Widjanarko said that this achievement was the result of hard work and solid collaboration from the entire Hanwha Life legal team.



Top Human Capital Awards 2024

Pada tanggal 30 Oktober 2024, Hanwha Life Indonesia meraih dua penghargaan prestisius dalam ajang *Top Human Capital Awards 2024* yang diselenggarakan oleh Top Business. Hanwha Life dianugerahi predikat *Top HC Awards 2024 Bintang 4*, serta penghargaan individu untuk Bapak Steven Namkoong, Direktur Utama dan CEO Hanwha Life Indonesia, sebagai *The Most Committed Human Capital Leader 2024*. Acara yang berlangsung di Hotel Raffles Jakarta ini dihadiri oleh para eksekutif perusahaan dan profesional SDM dari berbagai sektor industri.

Penghargaan ini menjadi pengakuan atas komitmen Hanwha Life dalam mengelola sumber daya manusia secara strategis dan berkelanjutan. Turut hadir menerima penghargaan adalah Bapak Alexander Febriano Widjanarko (Direktur dan CCO), Ibu Marcella Surya Pratiwi (Head of Human Capital Support), serta Ibu Sarah dari tim *Human Capital*. Pencapaian ini menunjukkan komitmen menyeluruh dari jajaran manajemen terhadap pengembangan sumber daya manusia sebagai aset utama perusahaan dalam menghadapi dinamika industri asuransi di Indonesia.

Top Human Capital Awards 2024

On October 30, 2024, Hanwha Life Indonesia won two prestigious awards at the *Top Human Capital Awards 2024* organized by Top Business. Hanwha Life was awarded the *Top HC Awards 2024 4-Star* title, as well as an individual award for Mr. Steven Namkoong, President Director and CEO of Hanwha Life Indonesia, as *The Most Committed Human Capital Leader 2024*. The event, which took place at Raffles Hotel Jakarta, was attended by corporate executives and HR professionals from various industry sectors.

This award recognizes Hanwha Life's commitment in managing human resources strategically and sustainably. Also present to receive the award were Mr. Alexander Febriano Widjanarko (Director and CCO), Ms. Marcella Surya Pratiwi (Head of Human Capital Support), and Ms. Sarah from the Human Capital team. This achievement shows the management's comprehensive commitment to the development of human resources as the company's main asset in facing the dynamics of the insurance industry in Indonesia.



Indonesia Best Insurance Awards 2024

Pada tanggal 31 Oktober 2024, Hanwha Life Indonesia kembali menorehkan prestasi gemilang dengan meraih penghargaan *Indonesia Best Life Insurance 2024* dari Warta Ekonomi. Penghargaan ini diberikan kepada perusahaan asuransi jiwa dengan total aset di kisaran Rp1–5 triliun yang menunjukkan keunggulan dalam inovasi bisnis dan transformasi digital. Dalam acara penghargaan yang diselenggarakan di The Sultan Hotel & Residence Jakarta, Ibu RR Francisca M Ruswita selaku Direktur & COO Hanwha Life Indonesia hadir mewakili perusahaan untuk menerima penghargaan tersebut.

Pencapaian ini menjadi pengakuan atas dedikasi Hanwha Life dalam menghadirkan layanan asuransi jiwa yang tidak hanya inovatif secara teknologi, tetapi juga relevan dengan kebutuhan masyarakat modern. Hanwha Life secara konsisten berupaya memperkuat kualitas layanan, memperluas jangkauan produk, serta membangun pengalaman nasabah yang unggul melalui pemanfaatan teknologi digital. Hal ini sejalan dengan misi perusahaan untuk menjadi mitra terpercaya dalam perlindungan finansial keluarga Indonesia.

Indonesia Best Insurance Awards 2024

On October 31, 2024, Hanwha Life Indonesia made another brilliant achievement by winning the *Indonesia Best Life Insurance 2024* award from Warta Ekonomi. This award is given to life insurance companies with total assets in the range of Rp1-5 trillion that demonstrate excellence in business innovation and digital transformation. In the award ceremony held at The Sultan Hotel & Residence Jakarta, Ms. RR Francisca M Ruswita as Director & COO of Hanwha Life Indonesia was present representing the company to receive the award.

This achievement recognizes Hanwha Life's dedication in delivering life insurance services that are not only technologically innovative, but also relevant to the needs of modern society. Hanwha Life consistently strives to strengthen service quality, expand product range, and build superior customer experience through the use of digital technology. This is in line with the company's mission to become a trusted partner in the financial protection of Indonesian families.

November/ November



Korea Health & Wellness Festival by KTO at Central Park

Hanwha Life Indonesia berpartisipasi dalam *Korea Health & Wellness Festival* yang diselenggarakan oleh Korea Tourism Organization (KTO) di Mall Central Park, Jakarta, pada 1 November 2024 sampai dengan 3 November 2024.

Korea Health & Wellness Festival by KTO at Central Park

Hanwha Life Indonesia participated in the *Korea Health & Wellness Festival* organized by the Korea Tourism Organization (KTO) at Central Park Mall, Jakarta, on November 1 until November 3, 2024. This participation is a strategic moment

Keikutsertaan ini menjadi momen strategis untuk memperkenalkan solusi digital dan interaktif kepada masyarakat luas.

Melalui *booth* interaktif, pengunjung dapat mengeksplorasi produk digital Hanwha Life serta bergabung sebagai anggota Hanwha Friends untuk menikmati berbagai aktivitas menarik, seperti *roulette* berhadiah dan pengumpulan poin di aplikasi loyalitas Orangetopia. Hadiah langsung juga tersedia bagi pengunjung yang melakukan pembelian produk digital selama acara.

Kehadiran Hanwha Life dalam festival ini menegaskan komitmen perusahaan dalam menghadirkan solusi inovatif yang relevan, sekaligus mempererat hubungan dengan nasabah melalui pengalaman langsung yang menyenangkan dan bermanfaat.

to introduce digital and interactive solutions to the wider community.

Through the interactive booth, visitors can explore Hanwha Life's digital products and join as Hanwha Friends members to enjoy various exciting activities, such as prize roulette and point collection on the Orangetopia loyalty app. Direct prizes were also available for visitors who made purchases of digital products during the event.

Hanwha Life's presence at the festival underscores the company's commitment to delivering relevant, innovative solutions, while strengthening relationships with customers through fun and rewarding hands-on experiences.



Golf Reunion Together Further

Pada tanggal 5 November 2024, Hanwha Life Indonesia dan Lippo Group mengadakan acara Reuni Golf "*Together Further*" di Imperial Klub Golf, Karawaci. Acara ini dihadiri oleh para Direksi dan eksekutif dari Hanwha Life, Lippo General Insurance, dan unit bisnis Lippo Group lainnya.

Dengan suasana yang santai dan penuh keakraban, acara ini menjadi momen penting untuk mempererat hubungan bisnis antara Hanwha Life dan Lippo Group. Pertemuan yang ini tidak hanya menawarkan pengalaman berolahraga, namun juga kesempatan untuk berdiskusi dan membangun sinergi di berbagai bidang.

Sebagai pengagas, Hanwha Life dan Lippo Group menjadikan acara ini sebagai bagian dari komitmen bersama untuk terus menjalin kolaborasi strategis. Ajang ini sangat bermanfaat untuk membangun keakraban antar tim sekaligus memperluas peluang kerja sama.

Golf Reunion Together Further

On November 5, 2024, Hanwha Life Indonesia and Lippo Group held a Golf Reunion "Together Further" at Imperial Klub Golf, Karawaci. The event was attended by directors and executives from Hanwha Life, Lippo General Insurance, and other Lippo Group business units.

With a relaxed and intimate atmosphere, this event became an important moment to strengthen the business relationship between Hanwha Life and Lippo Group. The gathering not only offered a sporting experience, but also an opportunity to discuss and build synergies in various fields.

As the initiators, Hanwha Life and Lippo Group made this event part of their mutual commitment to continue strategic collaboration. This event is very useful for building intimacy between teams as well as expanding opportunities for cooperation.



Rapat Dewan Manajemen

Pada 14 November 2024, Hanwha Life Indonesia menggelar *Board of Management (BOM) Meeting* dengan konsep baru, bertempat di kantor baru *Customer Care Center*, Permata Kuningan, Jakarta.

Acara ini dihadiri jajaran *C-level*, *Head of Division*, *Head of Department*, serta menghadirkan pembicara eksternal dari Mandiri Manajemen Investasi. Para peserta membahas pencapaian perusahaan, *highlight* tiap direktorat, dan menyatukan strategi menuju akhir tahun.

Konsep segar ini menciptakan suasana kolaboratif dan inovatif, memperkuat komitmen Hanwha Life untuk mencapai target 2024 serta terus memberikan layanan terbaik bagi nasabah.

Board of Management Meeting

On November 14, 2024, Hanwha Life Indonesia held a *Board of Management (BOM) Meeting* with a new concept, held at the new *Customer Care Center* office, Permata Kuningan, Jakarta.

The event was attended by *C-level*, *Head of Division*, *Head of Department*, as well as external speakers from Mandiri Investment Management. Participants discussed the company's achievements, highlights of each directorate, and unified strategies towards the end of the year.

This fresh concept created a collaborative and innovative atmosphere, strengthening Hanwha Life's commitment to achieve the 2024 target and continue to provide the best service for customers.



New Employee Orientation

Pada 19 November 2024, Hanwha Life Indonesia menggelar *New Employee Orientation (NEO)* di *Head Office*, Jakarta, untuk menyambut karyawan baru dari berbagai departemen.

Program ini memperkenalkan budaya kerja, visi-misi, struktur organisasi, serta peran strategis tiap departemen. Dalam sambutannya, Bapak Steven Namkoong selaku Direktur Utama dan CEO Hanwha Life Indonesia menekankan pentingnya kolaborasi dan inovasi sebagai kunci sukses bersama.



New Employee Orientation

On November 19, 2024, Hanwha Life Indonesia held a *New Employee Orientation (NEO)* at the *Head Office*, Jakarta, to welcome new employees from various departments.

The program introduced the work culture, vision and mission, organizational structure, and strategic role of each department. In his speech, Mr. Steven Namkoong as President Director and CEO of Hanwha Life Indonesia emphasized the importance of collaboration and innovation as the key to mutual success.

Selain pemaparan materi, peserta juga mengikuti diskusi kelompok dan sesi tanya jawab guna membangun keakraban lintas departemen. Lewat *New Employee Orientation*, Hanwha Life menegaskan komitmen menciptakan lingkungan kerja yang mendukung pengembangan profesional.

In addition to the material presentation, participants also participated in group discussions and question and answer sessions to build familiarity across departments. Through New Employee Orientation, Hanwha Life emphasizes its commitment to creating a work environment that supports professional development.



Marketing Communication Summit by AAJI

Pada 21 November 2024, Hanwha Life Indonesia berpartisipasi dalam *Marketing & Communication Summit* yang diadakan oleh Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) di M Bloc Space, Jakarta. Acara ini menjadi wadah berbagi wawasan seputar strategi pemasaran dan komunikasi yang relevan di era digital.



Marketing Communication Summit by AAJI

On November 21, 2024, Hanwha Life Indonesia participated in the Marketing & Communication Summit held by the Indonesian Life Insurance Association (AAJI) at M Bloc Space, Jakarta. The event served as a platform to share insights on marketing and communication strategies that are relevant in the digital era.

Sebagai bagian dari program keberlanjutan *Planting Go Green*, Hanwha Life turut serta dalam seremoni simbolis penyerahan mangrove. Dukungan ini mencerminkan komitmen perusahaan terhadap pelestarian lingkungan dan tanggung jawab sosial.

As part of the Planting Go Green sustainability program, Hanwha Life participated in a symbolic mangrove handover ceremony. This support reflects the company's commitment to environmental conservation and social responsibility.

Acara ini juga menghadirkan beragam pembicara dari berbagai sektor industri, yang membahas isu penting seperti transformasi digital, keberlanjutan, dan strategi komunikasi masa depan untuk memperkuat citra dan nilai merek.

The event also featured a diverse range of speakers from various industry sectors, who discussed important issues such as digital transformation, sustainability, and future communication strategies to strengthen brand image and value.

Desember / December



Penandatanganan Nota Kesepahaman – “Penyediaan Mobil SAPA”

Dalam rangka memperingati Hari Ibu ke-96 sekaligus puncak Kampanye 16 Hari Anti Kekerasan terhadap Perempuan dan Anak, Hanwha Life Indonesia menandatangani Nota Kesepahaman dengan Pemerintah Provinsi DKI



Signing MOU – “Penyediaan Mobil SAPA”

In order to commemorate the 96th Mother's Day and the peak of the 16 Days of Anti-Violence Campaign against Women and Children, Hanwha Life Indonesia signed a Memorandum of Understanding (MOU) with the DKI Jakarta Provincial

Jakarta melalui Dinas Pemberdayaan, Perlindungan Anak, dan Pengendalian Penduduk (PPAPP) pada 5 Desember 2025 di Taman Fatahillah, Kota Tua. Penandatanganan ini dilakukan oleh Direktur dan COO Hanwha Life Indonesia, Ibu RR Francisca M Ruswita, dan Kepala Dinas PPAPP, Bapak Mochamad Miftahulloh Tamary, melanjutkan kesepakatan awal melalui *Letter of Intent* yang telah ditandatangani pada 16 Oktober 2024.

Kerja sama ini berfokus pada pelaksanaan program CSR Hanwha Life yang bertujuan meningkatkan kesejahteraan perempuan, anak, dan keluarga di DKI Jakarta. Salah satu inisiatif utamanya adalah program Mobil SAPA (Sahabat Perempuan dan Anak), yakni layanan konsultasi keliling yang memungkinkan masyarakat mengakses bantuan terkait pemberdayaan perempuan, perlindungan anak, dan pengendalian penduduk secara mudah dan langsung.

Acara penandatanganan juga dimeriahkan dengan pameran komunitas, diskusi publik, dan hiburan untuk perempuan dan anak. Hanwha Life Indonesia berharap kolaborasi ini dapat memberikan dampak positif yang berkelanjutan, sejalan dengan komitmen perusahaan untuk menciptakan lingkungan yang ramah, aman, dan mendukung pemberdayaan kelompok rentan di masyarakat.

Government through the Child Empowerment, Protection, and Population Control Service (PPAPP) on December 5, 2025 at Fatahillah Park, Kota Tua. The signing was carried out by Hanwha Life Indonesia's Director and COO, Ms. RR Francisca M Ruswita, and the Head of the PPAPP Service, Mr. Mochamad Miftahulloh Tamary, continuing the initial agreement through the Letter of Intent which was signed on October 16, 2024.

This collaboration focuses on the implementation of Hanwha Life's CSR program which aims to improve the welfare of women, children, and families in DKI Jakarta. One of its main initiatives is the Mobil SAPA (Sahabat Perempuan dan Anak) program, a mobile consultation service that allows the public to access assistance related to women's empowerment, child protection, and population control easily and directly.

The signing event was also enlivened by a community exhibition, public discussion, and entertainment for women and children. Hanwha Life Indonesia hopes that this collaboration can provide a sustainable positive impact, in line with the company's commitment to creating a friendly, safe environment and supporting the empowerment of vulnerable groups in society.



Top Digital Awards 2024

Pada 5 Desember 2024, Hanwha Life Indonesia kembali mencatatkan pencapaian luar biasa dengan meraih *Golden Star Trophy* dalam ajang *Top Digital Awards 2024* yang diselenggarakan oleh ItWorks dan Top Business. Trofi ini merupakan penghargaan istimewa yang diberikan kepada perusahaan dengan predikat *Stars 5* selama tiga tahun berturut-turut. Penghargaan diterima oleh Bapak Jackson Richard Eman (*Head of COE 1*) dan Bapak Eri Wahyudi (*Head of COE 2*) dalam seremoni yang berlangsung di Hotel Raffles, Jakarta.

Tidak hanya itu, Hanwha Life juga berhasil menyabet tiga penghargaan sekaligus, yaitu *TOP Leader on Digital Implementation* yang diberikan kepada CEO Hanwha Life Indonesia, *Top Digital Implementation Stars 5 Tahun 2024*, serta *Golden Star Trophy*. Raihan ini menjadi bukti komitmen Hanwha Life dalam memimpin transformasi digital di industri asuransi jiwa. Dengan fokus membangun ekosistem digital yang inovatif, perusahaan terus memperkuat peran teknologi dalam meningkatkan efisiensi layanan serta pengalaman pelanggan.



Top Digital Awards 2024

On December 5, 2024, Hanwha Life Indonesia recorded another outstanding achievement by winning the Golden Star Trophy in the Top Digital Awards 2024 organized by ItWorks and Top Business. This trophy is a special award given to companies with the Stars 5 predicate for three consecutive years. The award was received by Mr. Jackson Richard Eman (Head of COE 1) and Mr. Eri Wahyudi (Head of COE 2) in a ceremony held at Raffles Hotel, Jakarta.

Not only that, Hanwha Life also won three awards at once, namely TOP Leader on Digital Implementation given to the CEO of Hanwha Life Indonesia, Top Digital Implementation Stars 5 Year 2024, and the Golden Star Trophy. This achievement is a testament to Hanwha Life's commitment in leading digital transformation in the life insurance industry. With a focus on building an innovative digital ecosystem, the company continues to strengthen the role of technology in improving service efficiency and customer experience.



CSR Literasi Keuangan PPPA Pulogadung

Pada 18 Desember 2024, Hanwha Life Indonesia menyelenggarakan kegiatan CSR bertajuk “Tabungan Cinta untuk Masa Depan, Dari Ibu Hebat” di Pusat Perlindungan Perempuan dan Anak (PPPA) Provinsi DKI Jakarta. Kegiatan ini dihadiri lebih dari 100 peserta, termasuk ibu-ibu PKK, Dasa Wisma, dan komunitas perempuan lainnya, dalam rangka menyambut Hari Ibu.

Acara dibuka oleh Direktur Utama dan CEO Hanwha Life Indonesia, Bapak Steven Namkoong, yang menegaskan pentingnya peran perempuan dalam meningkatkan literasi keuangan keluarga. Kepala Dinas PPAPP DKI Jakarta, Bapak Mochamad Miftahulloh Tamary, turut memberikan apresiasi atas inisiatif ini.

Selain edukasi finansial dari Bapak Roby Oktober, kegiatan ini juga menyertakan sesi pencegahan stunting oleh BKKBN dan edukasi kesehatan kulit oleh Ibu dr. Nevy Yasnova dari RS Premier Bintaro. Didukung penuh oleh Hanwha Buddy, acara ini berlangsung meriah dan interaktif, memberikan manfaat nyata bagi para peserta dalam aspek keuangan dan kesehatan keluarga.

CSR Financial Literacy PPPA Pulogadung

On December 18, 2024, Hanwha Life Indonesia held a CSR activity entitled “Savings of Love for the Future, From Great Mothers” at the Center for Women and Children Protection (PPPA) of DKI Jakarta Province. This activity was attended by more than 100 participants, including mothers of PKK, Dasa Wisma, and other women’s communities, in order to welcome Mother’s Day.

The event was opened by Hanwha Life Indonesia President Director and CEO, Mr. Steven Namkoong, who emphasized the importance of women’s role in improving family financial literacy. The Head of DKI Jakarta PPAPP Agency, Mr. Mochamad Miftahulloh Tamary, also expressed his appreciation for this initiative.

In addition to financial education from Mr. Roby Oktober, the event also included a stunting prevention session by BKKBN and skin health education by Ms. Dr. Nevy Yasnova from Premier Bintaro Hospital. Fully supported by Hanwha Buddy, the event was lively and interactive, providing real benefits to the participants in terms of family finances and health.



HANWHA FUTURE PROTECTION

Kegiatan Pengembangan & Pelatihan Karyawan

Employee Learning & Development Activities

Sebagai bentuk komitmen Hanwha Life Indonesia dalam menciptakan lingkungan kerja yang progresif dan mendukung pengembangan potensi karyawan, sepanjang tahun 2024 perusahaan secara konsisten menyelenggarakan berbagai program *Learning and Development*.

Program-program ini dirancang tidak hanya untuk meningkatkan kompetensi teknis dan pengetahuan karyawan, tetapi juga untuk memperkuat budaya perusahaan yang beretika, sehat, dan adaptif terhadap tantangan masa depan.

Berikut rangkaian kegiatan *Learning and Development* yang telah dilaksanakan selama tahun 2024:

As a form of Hanwha Life Indonesia's commitment to creating a progressive work environment and supporting the development of employee potential, throughout 2024 the company consistently held various Learning and Development programs.

These programs are designed not only to improve employees' technical competence and knowledge, but also to strengthen a corporate culture that is ethical, healthy, and adaptive to future challenges.

The following is a series of Learning and Development activities that have been carried out during 2024:



New Employee Orientation

Untuk mendukung proses adaptasi karyawan baru, Hanwha Life Indonesia menyelenggarakan program *New Employee Orientation* pada 24 Januari 2024. Kegiatan ini bertujuan untuk memperkenalkan nilai-nilai perusahaan, budaya kerja, serta kebijakan internal. Program ini diselenggarakan oleh Divisi *Human Capital* bekerja sama dengan berbagai divisi lain, seperti *Legal, Compliance & Corporate Secretary* (LCCS), *Finance Accounting, Agency, Marketing*, dan *Center of Excellence* (CoE), yang juga berperan sebagai pembicara dalam sesi tersebut.

New Employee Orientation

To support the adaptation process of new employees, Hanwha Life Indonesia held a New Employee Orientation program on 24 January 2024. This activity aims to introduce the company's values, work culture, and internal policies. The program was organized by the Human Capital Division in collaboration with various other divisions, such as Legal, Compliance & Corporate Secretary (LCCS), Finance Accounting, Agency, Marketing, and Center of Excellence (CoE), who also acted as speakers in the session.



Whistleblowing System Awareness

Sebagai bagian dari upaya memperkuat tata kelola perusahaan dan budaya kerja yang berintegritas, Hanwha Life menyelenggarakan kegiatan *Whistleblowing System Awareness* pada 30 Januari 2024. Kegiatan ini diprakarsai oleh *Legal, Compliance & Corporate Secretary* (LCCS) yang juga menjadi narasumber utama, dengan tujuan memberikan pemahaman

Whistleblowing System Awareness

As part of the effort to strengthen corporate governance and a work culture of integrity, Hanwha Life organized a Whistleblowing System Awareness activity on January 30, 2024. This activity was initiated by Legal, Compliance & Corporate Secretary (LCCS) who was also the main resource person, with the aim of providing an understanding of the procedures for reporting unethical acts, the importance

mengenai prosedur pelaporan tindakan tidak etis, pentingnya menjaga kerahasiaan pelapor, serta perlindungan bagi *whistleblower*. Sesi ini diharapkan mendorong keberanian dan tanggung jawab karyawan dalam menciptakan lingkungan kerja yang sehat dan etis.



Training Personal Data Protection from Trilexica

Pada 12 Februari 2024, Hanwha Life Indonesia melalui *Legal, Compliance & Corporate Secretary Department* (LCCS) bekerja sama dengan Trilexica, selaku konsultan hukum eksternal, menyelenggarakan pelatihan bertajuk *Personal Data Protection Training*. Pelatihan ini diikuti oleh para Kepala Divisi dan Kepala Departemen di kantor pusat Hanwha Life Indonesia. Tujuan dari pelatihan ini adalah untuk meningkatkan kesadaran peserta terhadap pentingnya pengelolaan data pribadi serta pemahaman mendalam mengenai hak dan kewajiban pelanggan sebagai subjek data, sekaligus hak dan tanggung jawab perusahaan sebagai pihak pengelola data. Kegiatan ini menjadi langkah penting dalam mendukung kepatuhan perusahaan terhadap regulasi perlindungan data pribadi di era digital saat ini.

of maintaining whistleblower confidentiality, and protection for whistleblowers. This session is expected to encourage employee courage and responsibility in creating a healthy and ethical work environment.



Personal Data Protection Training from Trilexica

On February 12, 2024, Hanwha Life Indonesia through the Legal, Compliance & Corporate Secretary Department (LCCS) in collaboration with Trilexica, as an external legal consultant, held a training entitled Personal Data Protection Training. The training was attended by Head of Division and Head of Department at Hanwha Life Indonesia head office. The purpose of this training is to increase participants' awareness of the importance of personal data management and an in-depth understanding of the rights and obligations of customers as data subjects, as well as the rights and responsibilities of companies as data managers. This activity is an important step in supporting the company's compliance with personal data protection regulations in today's digital era.



Excel Training for Basic & Intermediate Skill

Pada 28 Februari 2024 dan 29 Februari 2024, Hanwha Life Indonesia menggelar pelatihan Microsoft Excel tingkat dasar dan menengah. Pelatihan ini bertujuan meningkatkan keterampilan teknis karyawan, khususnya dalam mengolah data, membuat laporan, dan menunjang pekerjaan operasional harian. Diselenggarakan oleh Cipta Karakter dengan Bapak Deka WP sebagai pembicara, sesi ini diharapkan mampu mendorong peningkatan produktivitas dan efisiensi kerja karyawan secara optimal.



Excel Training for Basic & Intermediate Skill

On February 28, 2024 and February 29, 2024, Hanwha Life Indonesia held Microsoft Excel training for basic and intermediate skills. This training aims to improve employees' technical skills, especially in processing data, creating reports, and supporting daily operational work. Organized by Cipta Karakter with Mr. Deka WP as the speaker, this session is expected to encourage an optimal increase in employee productivity and work efficiency.



Cyber Security Training Batch 1

Menghadapi ancaman digital yang terus berkembang, Hanwha Life menyelenggarakan *Cyber Security Training Batch 1* pada 22 Maret 2024. Pelatihan ini membekali peserta dengan pemahaman dasar mengenai keamanan siber, jenis-jenis ancaman digital, serta praktik terbaik untuk melindungi data perusahaan dari risiko kebocoran dan serangan siber. Sesi ini diselenggarakan oleh *PeopleShift* dengan Bapak Safrin Heruwanto sebagai pembicara.

Cyber Security Training Batch 1

In the face of evolving digital threats, Hanwha Life held Cyber Security Training Batch 1 on March 22, 2024. The training provided participants with a basic understanding of cybersecurity, types of digital threats, and best practices to protect company data from the risk of leaks and cyber-attacks. The session was organized by PeopleShift with Mr. Safrin Heruwanto as the speaker.



Health Talk: Early Detection and Prevention of Tuberculosis

Dalam rangka meningkatkan kesadaran akan kesehatan pernapasan, Hanwha Life mengadakan sesi Health Talk bertema "*Early Detection and Prevention of Tuberculosis*" pada 19 Maret 2024. Melalui edukasi interaktif, peserta dibekali informasi penting mengenai gejala, metode pencegahan, dan pentingnya deteksi dini terhadap penyakit TBC. Sesi ini diselenggarakan oleh *EMC Healthcare* dengan Ibu dr. Lucrezia Renata, Sp.PD sebagai pembicara. Sesi ini diselenggarakan oleh *PeopleShift* dengan Bapak Safrin Heruwanto sebagai pembicara.

Health Talk: Early Detection and Prevention of Tuberculosis

In order to raise awareness of respiratory health, Hanwha Life held a Health Talk session themed "Early Detection and Prevention of Tuberculosis" on March 19, 2024. Through interactive education, participants were provided with important information on symptoms, prevention methods, and the importance of early detection of tuberculosis. This session was organized by EMC Healthcare with Dr. Lucrezia Renata, Sp.PD as the speaker. This session was organized by PeopleShift with Mr. Safrin Heruwanto as the speaker.



Enhancing Analytical & Creative Thinking for Better Decisions

Untuk meningkatkan kemampuan pengambilan keputusan, Hanwha Life menggelar pelatihan *Enhancing Analytical & Creative Thinking* pada 25 April 2024. Pelatihan ini dirancang untuk mengasah kemampuan berpikir analitis dan kreatif dalam memecahkan masalah, serta mendorong karyawan untuk melihat tantangan dari berbagai sudut pandang sebelum mengambil keputusan. Sesi ini diselenggarakan oleh MarkPlus dengan Ibu Vera J. Marpaung sebagai pembicara.



Enhancing Analytical & Creative Thinking for Better Decisions

To improve decision-making skills, Hanwha Life held *Enhancing Analytical & Creative Thinking* training on April 25, 2024. The training was designed to hone analytical and creative thinking skills in problem solving, and encourage employees to look at challenges from various perspectives before making decisions. The session was organized by MarkPlus with Ms. Vera J. Marpaung as the speaker.



Cyber Security Training Batch 2

Sebagai kelanjutan dari pelatihan sebelumnya, *Cyber Security Training Batch 2* dilaksanakan pada 23 April 2024. Dalam sesi ini, peserta didorong untuk lebih aktif mengenali risiko siber, memahami cara mitigasi ancaman, serta mengimplementasikan langkah-langkah proteksi digital dalam aktivitas sehari-hari di lingkungan kerja. Sesi ini masih dibawakan oleh vendor yang sama dengan sebelumnya yaitu PeopleShift dengan Bapak Safrin Heruwanto sebagai pembicara.



Cyber Security Training Batch 2

As a continuation of the previous training, *Cyber Security Training Batch 2* was held on April 23, 2024. In this session, participants were encouraged to more actively recognize cyber risks, understand how to mitigate threats, and implement digital protection measures in daily activities in the work environment. This session was still presented by the same vendor as before, PeopleShift with Mr. Safrin Heruwanto as the speaker.



Health Talk: Healthy Eating for All Age Groups

Pada 26 April 2024, Hanwha Life kembali menyelenggarakan sesi *Health Talk* dengan tema "*Healthy Eating for All Age Groups*". Pelatihan ini memberikan panduan gizi seimbang sesuai usia dan kebutuhan masing-masing individu. Tujuannya adalah mendorong gaya hidup sehat demi kesejahteraan jangka panjang karyawan dan keluarga mereka. Sesi ini diselenggarakan oleh RS Premier Bintaro dengan Ibu Dr. Hepi Hapsari, MGizi sebagai pembicara.



Health Talk: Healthy Eating for All Age Groups

On April 26, 2024, Hanwha Life held another *Health Talk* session with the theme "*Healthy Eating for All Age Groups*". This training provides balanced nutrition guidelines according to the age and needs of each individual. The aim is to encourage a healthy lifestyle for the long-term well-being of employees and their families. This session was hosted by Premier Bintaro Hospital with Dr. Hepi Hapsari, MGizi as the speaker.



Knowledge Sharing Campus Goes to Hanwha (CGTH): Institut Pertanian Bogor (IPB)

Sebagai bentuk kolaborasi dengan institusi akademik, Hanwha Life mengadakan *Knowledge Sharing CGTH* bersama Institut Pertanian Bogor (IPB) pada 20 Mei 2024. Dalam sesi ini, kedua pihak berbagi wawasan dan menjajaki peluang kerja sama, khususnya dalam pengembangan talenta dan inovasi berbasis riset. Kegiatan ini diselenggarakan oleh HLI HC dan didukung oleh Ciptadana sebagai bagian dari kolaborasi dalam ekosistem Hanwha. Adapun pembicara yang hadir antara lain Bapak Jason Satria dari Ciptadana, serta Ibu Agustinawati dan Ibu Silvia bersama tim dari HLI.



Knowledge Sharing Campus Goes to Hanwha (CGTH): Institut Pertanian Bogor (IPB)

As a form of collaboration with academic institutions, Hanwha Life held *Knowledge Sharing CGTH* with Bogor Agricultural University (IPB) on May 20, 2024. In this session, both parties shared insights and explored opportunities for cooperation, particularly in talent development and research-based innovation. This activity was organized by HLI HC and supported by Ciptadana as part of the collaboration within the Hanwha ecosystem. The speakers included Mr. Jason Satria from Ciptadana, as well as Ms. Agustinawati and Ms. Silvia with the team from HLI.



Anti-Bribery & Anti-Fraud Awareness

Sebagai bagian dari komitmen Hanwha Life Indonesia dalam menerapkan budaya kerja berbasis H-Standard dan kepatuhan, pada 10 Juni 2024 LCCS bekerja sama dengan firma hukum eksternal Hiswara Bunjamin & Tanjung mengadakan sesi *sharing* mengenai Anti Penyuapan, Anti-Korupsi, dan *Anti-Fraud*. Kegiatan ini dihadiri oleh para pimpinan departemen dan divisi di kantor pusat. Sesi ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran karyawan terhadap risiko penyuapan, korupsi, dan kecurangan yang tidak hanya terjadi di sektor publik, namun juga dalam lingkungan korporasi, termasuk industri asuransi. Materi yang disampaikan juga membantu peserta mengenali indikasi pelanggaran serta langkah-langkah pencegahan yang efektif untuk diterapkan dalam operasional sehari-hari.

Anti-Bribery & Anti-Fraud Awareness

As part of Hanwha Life Indonesia's commitment in implementing H-Standard based work culture and compliance, on June 10, 2024 LCCS in collaboration with external law firm Hiswara Bunjamin & Tanjung held a sharing session on Anti-Bribery, Anti-Corruption, and Anti-Fraud. This activity was attended by department and division leaders at the head office. The session aimed to raise employees' awareness of the risks of bribery, corruption, and fraud that not only occur in the public sector, but also in the corporate environment, including the insurance industry. The material presented also helped participants recognize indications of violations as well as effective preventive measures to be implemented in daily operations.



Knowledge Sharing President University

Pada 10 Juni 2024, Hanwha Life turut berpartisipasi dalam *4th Symposium on Data Science* yang diselenggarakan oleh President University. Dalam acara ini, *Head of Actuary*, Ibu Agustinawati, menjadi pembicara dan membahas penerapan *machine learning* dalam dunia finansial dan asuransi, sekaligus menunjukkan komitmen Hanwha Life terhadap transformasi digital.



Knowledge Sharing President University

On June 10, 2024, Hanwha Life participated in the *4th Symposium on Data Science* organized by President University. In this event, Head of Actuary, Ms. Agustinawati, spoke and discussed the application of machine learning in the world of finance and insurance, while showing Hanwha Life's commitment to digital transformation.



Pelatihan Anti Pencucian Uang dan Pencegahan Pendanaan Terorisme (APU-PPT)

Pada 24 Juni 2024, Hanwha Life Indonesia melalui ERM & KYC Departemen menyelenggarakan pelatihan APU-PPT secara *hybrid* di Kantor Pemasaran Jakarta – Permata Kuningan. Pelatihan ini difokuskan bagi tenaga pemasar dengan tujuan membekali mereka pemahaman terkait kewaspadaan terhadap transaksi mencurigakan dan kewajiban pelaporan yang sesuai ketentuan. Diharapkan, para tenaga pemasar dapat mengimplementasikan prinsip-prinsip APU-PPT dalam menjalankan aktivitas pemasaran sehari-hari.



Anti-Money Laundering and Countering Financing of Terrorism (AML-CFT) Training

On June 24, 2024, Hanwha Life Indonesia through ERM & KYC Department organized a hybrid AML-CFT training at Jakarta Marketing Office - Permata Kuningan. This training was focused on marketers with the aim of equipping them with an understanding of suspicious transaction vigilance and reporting obligations in accordance with the provisions. It is expected that the marketers can implement AML-CFT principles in carrying out their daily marketing activities.



Knowledge Sharing Hanwha Goes To Campus (HGTC): Universitas Indonesia (UI)

Hanwha Life menjalin sinergi dengan Universitas Indonesia melalui sesi *Knowledge Sharing* HGTC yang diselenggarakan pada 24 September 2024. Kegiatan ini bertujuan untuk mendiskusikan strategi pengembangan inovasi dan talenta, serta memperkuat hubungan antara dunia industri dan akademik.

Acara ini diinisiasi dan diselenggarakan oleh tim *Human Capital* Hanwha Life Indonesia, dengan dukungan narasumber dari berbagai unit, termasuk perwakilan dari Ciptadana sebagai kolaborator eksternal. Turut hadir sebagai pembicara Ibu Agustina dari tim Aktuaria, Bapak Ilmi dari tim *E-Commerce*, serta tim dari Ciptadana yang turut berbagi wawasan dan pengalaman mereka.



Knowledge Sharing Hanwha Goes To Campus (HGTC): University of Indonesia (UI)

Hanwha Life established synergy with the University of Indonesia through the HGTC *Knowledge Sharing* session held on September 24, 2024. The event aimed to discuss innovation and talent development strategies, as well as strengthen the relationship between industry and academia.

The event was initiated and organized by Hanwha Life Indonesia's *Human Capital* team, with the support of resource persons from various units, including representatives from Ciptadana as an external collaborator. Also present as speakers were Ms. Agustina from the Actuarial team, Mr. Ilmi from the *E-Commerce* team, as well as the team from Ciptadana who also shared their insights and experiences.



Knowledge Sharing Hanwha Goes To Campus (HGTC): Universitas Bina Nusantara (BINUS)

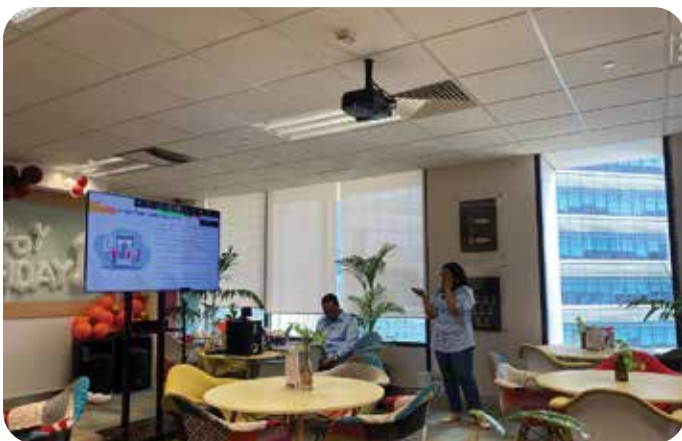
Melanjutkan kolaborasi dengan dunia pendidikan, Hanwha Life menyelenggarakan sesi *Knowledge Sharing* HGTC bersama Universitas Bina Nusantara pada 11 Oktober 2024. Fokus diskusi kali ini adalah inovasi digital dan pengembangan sumber daya manusia sebagai fondasi kemajuan industri asuransi di era teknologi.

Acara ini diselenggarakan oleh tim *Human Capital* Hanwha Life Indonesia, dengan dukungan dari para narasumber yang berasal dari Ciptadana dan LGI sebagai mitra kolaborasi. Kehadiran para praktisi dari berbagai bidang ini memberikan perspektif yang beragam dan memperkaya diskusi dalam membangun masa depan industri yang lebih adaptif dan berdaya saing.

Knowledge Sharing Hanwha Goes To Campus (HGTC): Bina Nusantara University (BINUS)

Continuing its collaboration with the world of education, Hanwha Life held a *Knowledge Sharing* HGTC session with Bina Nusantara University on October 11, 2024. The focus of the discussion this time was digital innovation and human resource development as the foundation of the insurance industry's progress in the technological era.

The event was organized by Hanwha Life Indonesia's *Human Capital* team, with support from resource persons from Ciptadana and LGI as collaboration partners. The presence of practitioners from various fields provided diverse perspectives and enriched the discussion in building a more adaptive and competitive future of the industry.



Pelatihan Anti Pencucian Uang dan Pencegahan Pendanaan Terorisme (APU-PPT)

Melanjutkan inisiatif edukasi kepatuhan, pada 18 November 2024, ERM & KYC kembali mengadakan pelatihan APU-PPT secara *hybrid* di Kantor Pemasaran Jakarta – *Premier Agency*. Sesi ini menyasar tenaga pemasar dari kanal *Premier Agency* dengan materi yang ditekankan pada deteksi potensi risiko pencucian uang dalam proses penjualan produk asuransi. Pelatihan ini menjadi bagian dari upaya Hanwha Life dalam memastikan seluruh agen memahami dan menaati regulasi yang berlaku dalam industri jasa keuangan.

Anti-Money Laundering and Countering Financing of Terrorism (AML-CFT) Training

Continuing the compliance education initiative, on November 18, 2024, ERM & KYC conducted another *hybrid* AML-CFT training at the Jakarta Marketing Office - *Premier Agency*. This session targeted marketers from the *Premier Agency* channel with material emphasized on detecting potential money laundering risks in the insurance product sales process. This training is part of Hanwha Life's efforts to ensure that all agents understand and comply with applicable regulations in the financial services industry.



Pelatihan Anti Pencucian Uang dan Pencegahan Pendanaan Terorisme (APU-PPT)

Pada 19 November 2024, Hanwha Life Indonesia menyelenggarakan pelatihan dan *workshop* bertema Anti Pencucian Uang dan Pencegahan Pendanaan Terorisme (APU-PPT) yang ditujukan bagi pejabat dan/atau pegawai. Kegiatan ini dilaksanakan secara *hybrid* dari Kantor Pusat dan mencakup dua sesi utama. Sesi pertama berfokus pada internalisasi prinsip APU-PPT dalam kegiatan operasional, pengambilan keputusan, dan pengelolaan risiko, lengkap dengan pembahasan studi kasus dan pendekatan praktis dalam mengenali aktivitas mencurigakan di lingkungan kerja. Sesi kedua dilanjutkan dengan *Workshop* dan *Knowledge Sharing* bersama pembicara dari Pusat Pelaporan dan Analisis Transaksi Keuangan (PPATK), yang membahas implementasi APU, PPT, serta Pencegahan Pendanaan Senjata Pemusnah Massal (PPSPM). Melalui kegiatan ini, peserta memperoleh wawasan strategis dan teknis terkait tren kejahatan keuangan, sistem pelaporan yang efektif, serta peran penting sektor asuransi dalam menjaga integritas sistem keuangan nasional.

Anti-Money Laundering and Countering the Financing of Terrorism (AML-CFT) Training

On November 19, 2024, Hanwha Life Indonesia organized a training and workshop on Anti-Money Laundering and Countering the Financing of Terrorism (AML/CFT) aimed at officers and/or employees. This activity was conducted hybridly from the Head Office and included two main sessions. The first session focused on the internalization of AML-CFT principles in operational activities, decision making, and risk management, complete with discussion of case studies and practical approaches in recognizing suspicious activities in the work environment. The second session continued with a Workshop and Knowledge Sharing with speakers from the Financial Transaction Reports and Analysis Center (PPATK), which discussed the implementation of AML, CFT, and Prevention of Financing of Weapons of Mass Destruction (PPSPM). Through this activity, participants gained strategic and technical insights related to financial crime trends, effective reporting systems, and the important role of the insurance sector in maintaining the integrity of the national financial system.



Compliance Training: Agency Code of Conduct

Pada 19 November 2024, Sales Compliance Function Hanwha Life mengadakan pelatihan mengenai *Agency Code of Conduct* yang ditujukan khusus untuk para agen baru, terutama para *Agency Director*. Pelatihan ini dilaksanakan secara *hybrid*, yaitu daring melalui Zoom dan luring di Dream Plus Centre, Permata Kuningan, Jakarta. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk memastikan para agen memahami secara menyeluruh tanggung jawab mereka dalam menjalankan aktivitas pemasaran dan distribusi asuransi. Selain itu, peserta juga diberikan pemahaman tentang sanksi tegas yang diberlakukan oleh perusahaan, AAJI, dan/atau *regulator* terhadap pelanggaran ketentuan yang berlaku.

Compliance Training: Agency Code of Conduct

On November 19, 2024, Hanwha Life's Sales Compliance Function held a training on *Agency Code of Conduct* aimed specifically at new agents, especially *Agency Directors*. The training was conducted in a hybrid manner, i.e. online through Zoom and offline at Dream Plus Center, Permata Kuningan, Jakarta. The purpose of this activity was to ensure that agents thoroughly understand their responsibilities in carrying out insurance marketing and distribution activities. In addition, participants were also given an understanding of the strict sanctions imposed by the company, AAJI, and/or regulators for violations of applicable regulations.



Compliance Awareness: Respect and Anti-Harassment

Sebagai bagian dari penyegaran dan penguatan budaya kerja yang sehat dan inklusif, Hanwha Life melalui LCCS di bawah Direktorat Budaya menginisiasi video *Compliance Awareness* bertema “*Respect and Anti-Harassment*”. Video ini ditayangkan pada platform internal Hanwha Today selama periode 9 hingga 13 Desember 2024. Inisiatif ini bertujuan untuk menanamkan kembali nilai-nilai saling menghormati antar karyawan dan mencegah terjadinya pelecehan di lingkungan kerja.



Compliance Awareness: Respect and Anti-Harassment

As part of refreshing and strengthening a healthy and inclusive work culture, Hanwha Life through LCCS under the Culture Directorate initiated a *Compliance Awareness* video themed “*Respect and Anti-Harassment*”. The video was aired on Hanwha Today's internal platform during the period from December 9 to 13, 2024. This initiative aims to instill the values of mutual respect among employees and prevent harassment in the work environment.



Compliance Awareness: Prohibition on Online Gambling

Menindaklanjuti arahan dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) terkait larangan keterlibatan karyawan dalam aktivitas perjudian online, Hanwha Life Indonesia melalui fungsi kepatuhan memproduksi video *Compliance Awareness* bertema “*Prohibition on Online Gambling*”. Video ini dirilis pada Desember 2024 melalui kanal Hanwha Today sebagai bentuk kampanye preventif. Tujuannya adalah untuk memperkuat kepatuhan internal terhadap regulasi industri keuangan serta menanamkan kesadaran akan konsekuensi hukum dan etika dari perjudian *online* yang dapat merusak integritas karyawan dan citra perusahaan.



Compliance Awareness: Prohibition on Online Gambling

Following up on the directive from the Financial Services Authority (OJK) regarding the prohibition of employee involvement in online gambling activities, Hanwha Life Indonesia through the compliance function produced a *Compliance Awareness* video themed “*Prohibition on Online Gambling*”. This video was released in December 2024 through the Hanwha Today channel as a form of preventive campaign. The aim is to strengthen internal compliance with financial industry regulations and instill awareness of the legal and ethical consequences of online gambling that can damage employee integrity and the company's image.



Health Talk: Start a New Life – Take Control of Your Health, Combat Chronic Diseases

Menutup rangkaian kegiatan tahun ini, Hanwha Life menyelenggarakan sesi *Health Talk* bertema “*Start a New Life – Take Control of Your Health*” pada 17 Desember 2024. Sesi ini mengajak karyawan untuk mengambil peran aktif dalam menjaga kesehatan dan mencegah penyakit kronis melalui pola hidup sehat dan kesadaran diri yang tinggi. Kegiatan ini diselenggarakan oleh PT Medisindo Bahana dengan menghadirkan Ibu Dwi Anggraini, S.KM sebagai pembicara.



Health Talk: Start a New Life - Take Control of Your Health, Combat Chronic Diseases

To conclude this year's series of activities, Hanwha Life organized a Health Talk session themed “Start a New Life - Take Control of Your Health” on December 17, 2024. The session invited employees to take an active role in maintaining their health and preventing chronic diseases through a healthy lifestyle and high self-awareness. This activity was organized by PT Medisindo Bahana with Ms. Dwi Anggraini, S.KM as the speaker.

Penanganan Pengaduan Nasabah

Customer Complaint Handling

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

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



Hanwha Life Care Line

0800-111-8877 (toll free)
Senin-Jumat 08.30 – 17.30 WIB
(diluar hari libur nasional)

*Monday-Friday 08.30 – 17.30 (UTC+7)
(except for national holiday)*



Whatsapp

0811-1371-01000



Email

care@hanwhalife.co.id



Website

www.hanwhalife.co.id



Apps

HanwhaSmart



Aplikasi Portal Perlindungan Konsumen (APPK) OJK

www.kontak157.ojk.go.id



Walk-in Customer Care

Gedung Permata Kuningan, Ground Floor

Jln. Kuningan Mulya, 9C, Jakarta 12980

Senin-Jumat 08.30 – 17.30 WIB (diluar hari libur nasional)

Monday-Friday 08.30 – 17.30 (UTC+7) (except for national holiday)

Dokumen yang dibutuhkan untuk penyampaian pengaduan secara tertulis:

1. Formulir Komplain yang sudah diisi lengkap.
2. Kartu Identitas, bagi:
 - WNI: Fotokopi Kartu Tanda Penduduk (KTP) atau dapat dapat juga fotokopi Surat Izin Mengemudi (SIM), Akta Kelahiran atau Kartu Keluarga (KK) Pemegang Polis
 - WNA: Fotokopi Paspor atau Kartu Izin Tinggal Terbatas (KITAS)
3. Apabila yang menyampaikan pengaduan bukan Pemegang Polis, maka wajib menyertakan Surat Kuasa bermeterai Rp10.000,- dari Pemegang Polis kepada Penerima Kuasa, dan fotokopi KTP Penerima Kuasa.
4. Dokumen pendukung lainnya yang berhubungan/ relevan atas pengaduan yang dipandang perlu oleh Hanwha Life Indonesia.

Required documents to submit a written complaint:

1. Complaint Form that has been filled.
2. Identity Card, for:
 - Indonesian Citizens: Photocopy of National Identity Card (KTP) or photocopy of the Policy Holder's Driving License (SIM), Birth Certificate or Family Card (KK).
 - Foreigners: Photocopy of Passport or Limited Stay Permit Card (KITAS)
3. If the complaint is submitted not by Policyholder (Proxy), it is required to attach Power of Attorney duly stamped IDR 10,000, - from Policyholder to the Proxy, and a photocopy of Proxy's KTP.
4. Other supporting documents related/relevant to the complaint that is deemed necessary by Hanwha Life Indonesia.

Pengajuan secara tertulis akan ditindaklanjuti dan diselesaikan selambat-lambatnya 10 (sepuluh) hari kerja sejak dokumen pengaduan diterima secara lengkap dan dapat diperpanjang (dengan informasi sebelumnya) dengan kondisi tertentu.

Written submissions will be processed and completed no later than 10 (ten) working days after the complaint documents are received in full and can be extended (with prior information) under certain conditions.

Sepanjang tahun 2024, Hanwha Life Indonesia telah menerima berbagai jenis pengaduan dari Nasabah dan laporan penanganan pengaduan tersebut statusnya adalah sebagai berikut:

Throughout 2024, Hanwha Life Indonesia has received various types of complaints from customers and the reports on the handling of these complaints are as follows:

Periode : Januari – Desember 2024

Period : January – December 2024

PT Hanwha Life Insurance Indonesia

No.	Jenis Transaksi Keuangan <i>Type of Financial Transaction</i>	Selesai <i>Complete</i>		Dalam Proses <i>On Process</i>		Tidak Selesai <i>Incomplete</i>		Jumlah Pengaduan <i>Number of Complaints</i>
		Jumlah <i>Number</i>	%	Jumlah <i>Number</i>	%	Jumlah <i>Number</i>	%	
1	Permintaan Pengembalian Premi <i>Request for Premium Refund</i>	1	100	0	0	0	0	1
2	Pencairan Klaim Ditolak <i>Disbursement of Claim Rejected</i>	2	100	0	0	0	0	2
3	Data Tidak Akurat <i>Inaccurate Data</i>	1	100	0	0	0	0	1
4	Kesulitan Klaim <i>Claim Difficulty</i>	1	100	0	0	0	0	1
5	Pemulihan Polis <i>Reinstatement</i>	0	100	0	0	0	0	0
6	Pembatalan/Penutupan Polis <i>Cancellation/Termination of Policy</i>	3	100	0	0	0	0	3
7	Pembayaran Premi <i>Premium Payment</i>	4	100	0	0	0	0	4
8	Belum Menerima Manfaat Anuitas <i>Have Not Received Annuity Benefits</i>	1	100	0	0	0	0	1
9	Lainnya <i>Others</i>	1	100	0	0	0	0	1
Total								14

Remunerasi Dewan Komisaris dan Direksi

Remuneration Board of Commissioners and Directors

Indikator Penetapan Remunerasi Dewan Komisaris dan Direksi

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

Prosedur Penetapan Kebijakan Remunerasi Dewan Komisaris dan Direksi

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

Prosedur penetapan remunerasi Dewan Komisaris dan Direksi adalah sebagai berikut:

- 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;
- Setelah adanya keputusan dari RUPS tersebut di atas, Direksi akan menindaklanjutinya dengan berkoordinasi dengan Divisi *Human Capital* Perusahaan sebagai divisi yang menangani remunerasi di Perusahaan.

Indicators for Determining the Remuneration of the Board of Commissioners and Directors

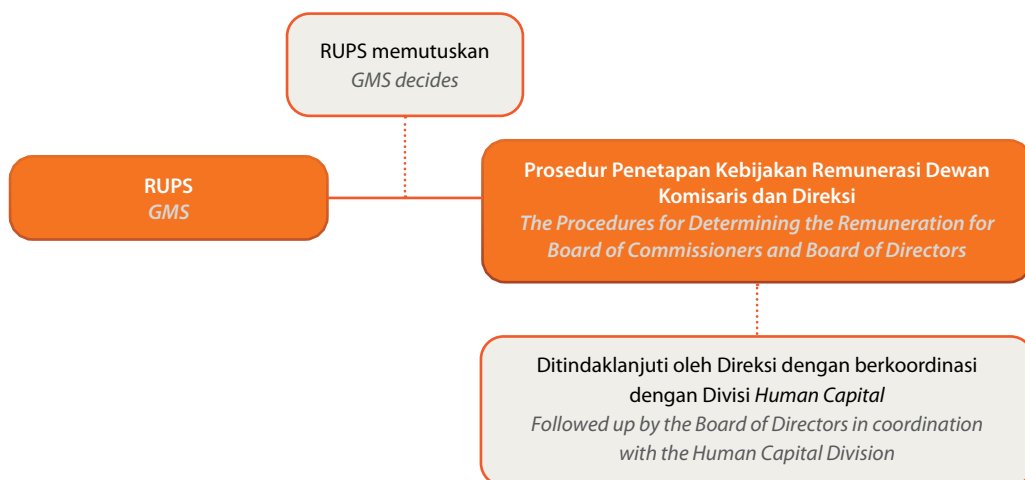
The indicators for determining the remuneration of the Board of Commissioners and Directors are based on the achievement of Company's performance which includes the results of financial performance, the soundness level of Company and based on risk management as determined by the regulator. In addition,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

The Procedures for Determining the Remuneration for Board of Commissioners and Board of Directors

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

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

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



Nilai Remunerasi Dewan Komisaris dan Direksi

Dalam menjalankan tugas dan tanggung jawabnya, Dewan Komisaris dan Direksi mendapat sejumlah paket remunerasi sesuai dengan ketentuan Perusahaan. Adapun total nilai remunerasi yang diberikan kepada Dewan Komisaris dan Direksi selama tahun 2024 dengan rincian sebagai berikut:

Jenis Remunerasi <i>Remuneration Type</i>	Nilai <i>Value</i>
Imbalan Kerja Jangka Pendek <i>Short-term employee benefits</i>	Rp12.062.046,885 IDR12.062.046,885
Imbalan Pascakerja <i>Post-employment benefits</i>	-
Jumlah <i>Total</i>	Rp12.062.046,885 IDR12.062.046,885

The Value of Remuneration of the Board of Commissioners and Directors

In carrying out their duties and responsibilities, the Board of Commissioners and Directors receive a remuneration package in accordance with Company regulations. The total value of remuneration given to the Board of Commissioners and Directors for year 2024 is as follows:

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

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

Jumlah Remunerasi Perorang Dalam 1 Tahun <i>Total Remuneration Per Person in 1 Year</i>	Jumlah Direksi <i>Total of the Directors</i>	Jumlah Dewan Komisaris <i>Total of the Board of Commissioners*</i>
Di atas Rp 2 miliar <i>Above IDR 2 billion</i>	0	0
Di atas Rp 1 miliar s.d Rp 2 miliar <i>Above IDR 1 billion to IDR 2 billion</i>	4	0
Di atas Rp 500 juta s.d Rp 1 miliar <i>Above IDR 500 million to IDR 1 billion</i>	0	0
Rp 500 juta ke bawah <i>Below IDR 500 million</i>	0	2

*) data menampilkan remunerasi untuk Komisaris Independen saja.

*) data showing the remuneration for Independent Commissioners only.

Komite di Bawah Pengawasan Dewan Komisaris, Direksi dan Fungsi Kerja

Committees under the Supervision of the Board of Commissioners, Board of Directors and Working Function

► Komite di bawah Pengawasan Dewan Komisaris

► Committee Under Supervision of the Board of Commissioners

1. Komite Audit

a. Pembentukan

Komite Audit adalah Komite yang dibentuk oleh Dewan Komisaris berdasarkan Piagam Komite Audit dan terakhir diubah dengan Surat Keputusan Dewan Komisaris tentang Perubahan Susunan Keanggotaan Komite Audit Nomor 00007/HLI-SKDK/10-2024 tanggal 01 Oktober 2024.

b. Keanggotaan

Susunan keanggotaan dalam Komite Audit pada Perusahaan adalah sebagai berikut:

Ketua Komite	Muhammad Ichsan Komisaris Independen
Anggota Komite	Dr. Mawarto Pihak Independen
	William A. Hutapea Auditor Internal

c. Tugas dan Tanggung Jawab

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

d. Frekuensi Rapat

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

Selama tahun 2024, Komite Audit telah melakukan rapat sebanyak 12 (dua belas) kali rapat yang dihadiri oleh seluruh anggota Komite Audit.

1. Audit Committee

a. Establishment

The Audit Committee is a committee established by the Board of Commissioners based on the Audit Committee Charter and was last amended by the Board of Commissioners Decree concerning Amendment to the Audit Committee Membership Composition Number 00007/HLI-SKDK/10-2024 dated on October 01, 2024.

b. Membership

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

Chairman	Muhammad Ichsan Independent Commissioner
Committee Members	Dr. Mawarto Independent Party
	William A. Hutapea Internal Auditor

c. Duties and Responsibilities

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

d. Meeting Frequency

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

In 2024, Audit Committee has conducted 12 (twelve) meetings whereby each of the meeting is attended by all Audit Committee members.

Jumlah Kehadiran Rapat Komite Audit

Total Attendance of Audit Committee Meetings

No.	Nama Name	Jabatan Title	Jumlah Rapat Komite (12 kali Rapat) Total of Committee Meeting (12 Meetings)		% Kehadiran Attendance
			Jumlah Kehadiran Total Attendance	Jumlah Meeting Total Meeting	
1	Muhamad Ichsan	Ketua Komite Committee Chairman	12	12	100%
2	Dr. Mawarto	Anggota Komite Committee Member	12	12	100%
3	William A. Hutapea	Anggota Komite Committee Member	12	12	100%
4	Siska Damayanti*	Anggota Komite Committee Member	09	12	100%

Catatan/ Note:

*Berhenti menjabat sejak Oktober 2024 sehingga hanya mengikuti 9 (sembilan) rapat, yakni Januari-September 2024

No longer held the position as of October 2024, thus only participated in 9 (nine) meetings, namely from January to September 2024..

2. Komite Pemantau Risiko

a. Pembentukan

Komite Pemantau Risiko adalah Komite yang dibentuk oleh Dewan Komisaris berdasarkan Surat Keputusan Dewan Komisaris sebagaimana terakhir diubah dengan Surat Keputusan Dewan Komisaris tentang Perubahan Susunan Keanggotaan Komite Pemantau Risiko Nomor 00006/HLI-SKDK/04-2024 tanggal 01 April 2024.

b. Keanggotaan

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

Ketua Komite	Budijanto Soedarpo Komisaris Independen
Anggota Komite	Robertus Deddy Gunawan Pejabat yang memiliki keahlian di bidang keuangan, ekonomi, dan atau perasuransian (Kepala Divisi Corporate Planning)
	Haidi Qashmal Tsaqif Petugas yang bertanggungjawab atas fungsi Manajemen Risiko

2. Risk Oversight Committee

a. Establishment

The Risk Oversight Committee is a committee established by the Board of Commissioners based on the Decree of the Board of Commissioners as lastly amended by the Board of Commissioners Decree concerning Amendment to the Membership Structure in Risk Oversight Committee dated Number 00006/HLI-SKDK/04-2024 dated on April 01, 2024.

b. Membership

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

Chairman	Budijanto Soedarpo Independent Commissioner
Committee members	Robertus Deddy Gunawan Official who has expertise in finance, economy, and/or insurance (Head of Corporate Planning Division)
	Haidi Qashmal Tsaqif Officer who has responsible of Risk Management function

c. Tugas dan Tanggung Jawab

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

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

d. Frekuensi Rapat

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

Selama tahun 2024, Komite Pemantau Risiko telah melakukan rapat sebanyak 4 (empat) kali rapat yang dihadiri oleh seluruh anggota Komite Pemantau Risiko.

c. Duties and Responsibilities

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

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

d. Meeting Frequency

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

In 2024, the Risk Oversight Committee has conducted 4 (four) meetings whereby each of the meeting is attended by all Risk Oversight Committee members.

Jumlah Kehadiran Rapat Komite Pemantau Risiko

Total Attendance of Risk Oversight Committee Meetings

No.	Nama Name	Jabatan Title	Jumlah Rapat Komite (4 kali Rapat) Total of Committee Meeting (4 Meetings)		% Kehadiran Attendance
			Jumlah Kehadiran Total Attendance	Jumlah Meeting Total Meeting	
1	Budijanto Soedarpo	Ketua Komite Committee Chairman	4	4	100%
2	Robertus Deddy Gunawan	Anggota Komite Committee Member	4	4	100%
3	Haidi Qashmal Tsaqif	Anggota Komite Committee Member	4	4	100%

► Komite & Fungsi Kerja di bawah Direksi

1. Komite Investasi

a. Pembentukan

Komite Investasi adalah Komite yang dibentuk oleh Direksi berdasarkan Surat Keputusan Direksi sebagaimana terakhir diubah dalam Surat Keputusan Direksi Nomor: 000050A/HLI-SK/03-2024 tanggal 25 Maret 2024.

b. Keanggotaan

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

Ketua Komite	Kim Si Jun Direktur yang membawahi fungsi investasi
Anggota Komite	Namkoong Hoon Direktur Utama & CEO
	RR Francisca M Ruswita Direktur & COO
	Alexander F. Widjanarko Direktur & CCO
	Han Changwoo CMSO
	Agustinawati Aktuaris Perusahaan
	Dhamayanti Liger Pejabat yang membawahi fungsi investasi
	Robertus Deddy Gunawan Pejabat lainnya yang ditunjuk oleh Direksi
	Silvia Pejabat lainnya yang ditunjuk oleh Direksi

► Committees and Working Function Under the Board of Directors

1. Investment Committee

a. Establishment

Investment Committee is a committee established by the Board of Directors based on the Board of Directors Decree as lastly amended by the Board of Directors Decree Number: 000050A/HLI-SK/03-2024 dated on March 25, 2024.

b. Membership

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

Chairman	Kim Si Jun Director in charge of investment function
Committee Members	Namkoong Hoon President Director & CEO
	RR Francisca M Ruswita Director & COO
	Alexander F. Widjanarko Director & CCO
	Han Changwoo CMSO
	Agustinawati Appointed Actuary
	Dhamayanti Liger Official in charge of the investment function
	Robertus Deddy Gunawan Other official appointed by the Board of Directors
	Silvia Other official appointed by the Board of Directors



c. Tugas dan Tanggung Jawab

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

1. Membantu Direksi Perusahaan dalam merumuskan kebijakan investasi.
2. Meninjau dan merekomendasikan arah kebijakan dan batasan investasi dalam Penganggaran dan Rencana Bisnis Perusahaan.
3. Merekomendasikan komposisi investasi portofolio yang optimal dan sesuai dengan kebutuhan dalam hal kewajiban kewajiban serta sesuai dengan anggaran dan rencana bisnis yang telah ditentukan.
4. Memberikan pertimbangan untuk kegiatan investasi Perusahaan yang harus diputuskan berdasarkan prosedur yang berlaku.
5. Merekomendasikan potensial investasi baru yang menguntungkan dalam batas risiko yang dapat dipertanggungjawabkan.
6. Mengevaluasi portofolio investasi Perusahaan secara berkala untuk memastikan penerapan prinsip kehati-hatian.
7. Memantau penerapan kebijakan dan strategi investasi Perusahaan agar mematuhi persyaratan regulasi dan peraturan Perusahaan.
8. Merekomendasikan pihak ketiga terkait dengan kegiatan investasi (Sekuritas, Manajer Investasi, dan Bank) yang memiliki reputasi baik dan memiliki pengalaman dalam bidang investasi untuk bekerja sama dengan Perusahaan.
9. Menilai kinerja hasil investasi bulanan, kuartalan, semester dan tahunan untuk direkomendasikan kepada Direksi.
10. Membantu mewujudkan *Risk Control Self-Assessment* (RCSA) dalam lingkungan investasi sebagai alat kontrol dan sistem peringatan dini.

c. Duties and Responsibilities

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

1. *Assist Board of Directors in formulating the investment guideline.*
2. *Review and recommend policies directions and limitations of investment in Corporate Budgeting and Business Plan.*
3. *Recommend the optimal portfolio investment composition and in accordance with the needs on the liability side as well as in accordance with budgeting and business plan that has been determined.*
4. *Provide consideration related to Company's investment activities that must be decided based on the applicable procedures.*
5. *Recommend potential investments that are profitable within the limits of risk that can be accounted for.*
6. *Evaluate the Company's investment portfolio periodically to ensure the implementation of prudent principles.*
7. *Monitor the implementation of Company's investment policies and strategies to comply with regulatory requirements and Company's regulation.*
8. *Recommend a third party related to the investment activity (Securities, Investment Manager, and Bank) that have a good reputation and experience in the field of investment to cooperate with the Company.*
9. *Assess the performance of monthly, quarterly, semester and yearly investment result to be recommended to the Board of Directors.*
10. *Helps to realize Risk Control Self-Assessment (RCSA) in the investment environment as a control tool and early warning system.*

Tanggung Jawab

Komite Investasi bertanggung jawab atas:

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

d. Frekuensi Rapat

Komite Investasi berkewajiban untuk mengadakan rapat atau pertemuan minimal 1 (satu) kali setiap 2 (dua) bulan atau lebih sering jika diperlukan sesuai dengan kebutuhan Perusahaan.

Selama tahun 2024, Komite Investasi telah melakukan rapat sebanyak 6 (enam) kali dan dihadiri oleh seluruh anggota Komite Investasi.

Responsibilities

Investment Committee is responsible for:

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

d. Meeting Frequency

The Investment Committee is obliged to hold meetings at least once every 2 (two) months, or more frequently if required, in accordance with the Company's needs.

In 2024, the Investment Committee has conducted 6 (six) meetings and was attended by all of the Investment Committee members.

Jumlah Kehadiran Rapat Komite Investasi

Total Attendance of Investment Committee Meetings

No.	Nama Name	Jabatan Title	Jumlah Rapat Komite (6 kali Rapat) Total of Committee Meeting (6 Meetings)		% Kehadiran Attendance
			Jumlah Kehadiran Total Attendance	Jumlah Meeting Total Meeting	
1	Kim Si Jun	Ketua Komite Committee Chairman	6	6	100%
2	Namkoong Hoon	Anggota Komite Committee Member	5	6	83%
3	RR Francisca M Ruswita	Anggota Komite Committee Member	4	6	67%
4	Alexander F. Widjanarko	Anggota Komite Committee Member	4	6	67%
5	Han Changwoo	Anggota Komite Committee Member	3	6	50%
6	Agustinawati	Anggota Komite Committee Member	5	6	83%
7	Dhamayanti Liger	Anggota Komite Committee Member	6	6	100%
8	Robertus Deddy Gunawan	Anggota Komite Committee Member	6	6	100%
9	Silvia	Anggota Komite Committee Member	6	6	100%

2. Komite Produk

- a. **Pembentukan**
Komite Produk adalah Komite yang dibentuk oleh Direksi berdasarkan Surat Keputusan Direksi sebagaimana terakhir diubah dalam Surat Keputusan Direksi Nomor: 0000138B/HLI-SK/10-2024 tanggal 1 Oktober 2024.
- b. **Keanggotaan**
Adapun susunan keanggotaan dalam Komite Produk pada Perusahaan adalah sebagai berikut:

Ketua Komite	Namkoong Hoon Direktur Utama & CEO
Anggota Komite	Han Changwoo CMSO
	Kim Si Jun Direktur & CFO
	RR Francisca M Ruswita Direktur & COO
	Alexander F. Widjanarko Direktur & CCO
	Silvia Kepala Departemen Product Strategy
	Agustinawati Aktuaris Perusahaan
	Daniel Setiawan Kepala Divisi Commercial
	Genevive Irany Kepala Divisi Agency
	Pungky Andreas Kepala Divisi Technical
	Siska Damayanti Kepala Divisi Policy Servicing

2. Product Committee

- a. **Establishment**
Product Committee is a committee established by the Board of Directors based on the Board of Directors Decree as lastly amended by the Board of Directors Decree Number: 0000138B/HLI-SK/10-2024 dated October 01, 2024.
- b. **Membership**
The membership composition of Product Committee of the Company is as follows:

Chairman	Namkoong Hoon President Director & CEO
Committee Members	Han Changwoo CMSO
	Kim Si Jun Director & CFO
	RR Francisca M Ruswita Director & COO
	Alexander F. Widjanarko Director & CCO
	Silvia Head of Product Strategy Department
	Agustinawati Appointed Actuary
	Daniel Setiawan Head of Commercial Division
	Genevive Irany Head of Agency Division
	Pungky Andreas Head of Technical Division
	Siska Damayanti Head of Policy Servicing Division

c. Tugas dan Tanggung Jawab

Tugas

1. Untuk memastikan proses yang komprehensif dan tepat atas persetujuan produk asuransi baru/pengembangannya.
2. Untuk menilai posisi antara nasabah, distribusi, Perusahaan dalam desain produk dan proses pengembangan.
3. Untuk memastikan bahwa produk baru yang diajukan sesuai dengan selera risiko dan arahan bisnis strategis.
4. Untuk mengidentifikasi dan menyetujui prioritas atas kanal penjualan yang berbeda dan mengatur risiko konflik antar kanal penjualan.
5. Menetapkan target tanggal peluncuran dan garis waktu untuk tanggal finalisasi setiap proses sebelum peluncuran produk.
6. Membahas isu-isu yang muncul sebelum dan setelah peluncuran produk.
7. Memastikan peraturan perundang-undangan di Indonesia dan semua standar/kebijakan/pedoman Perusahaan yang relevan, dipatuhi dalam proses pengembangan dan persetujuan produk.
8. Memastikan bahwa proposal-proposal produk kompetitif, menarik dan terjangkau tanpa mengurangi risiko finansial (PM, VoNB, NB Strain, APE, dan lain-lain) dan risiko non-finansial (operasional, regulasi, pemasaran, dan lain-lain).
9. Mengawasi kinerja keuangan produk dan mengarahkan strategi campuran produk.
10. Untuk memastikan risiko-risiko yang relevan (keuangan dan non-keuangan), penghargaan, peluang dan ancaman dipertimbangkan sepenuhnya dalam proses persetujuan produk melalui partisipasi yang memadai dan persetujuan dari lini fungsi dan manajemen yang relevan.

Tanggung Jawab

1. Mengembangkan rencana strategis untuk pengembangan dan pemasaran produk asuransi sebagai bagian dari rencana strategis kegiatan usaha Perusahaan.
2. Menyetujui konsep/desain produk, keuangan indikatif selanjutnya, dan risiko selanjutnya.
3. Menyetujui/menandatangani dokumen implementasi produk:
 - Deskripsi Produk Akhir;
 - Harga Akhir;
 - Rencana Penjualan dan Pemasaran.

c. Duties and Responsibilities

Duties

1. To ensure that a comprehensive and robust process is in place for the approval new/enhanced insurance products.
2. To assess the value proposition between customer, distribution, Company in the product design and development process.
3. To ensure that new product proposal in falls within the risk appetite and strategic direction of the business.
4. To identify and agree priority across different channel and manage any channel conflict risks.
5. To set target launching date and timeline for finalization date of each process prior to product launching.
6. To discuss issues arise before and after product launch.
7. To ensure the regulatory rules in Indonesia and all relevant Company's standards/policies/guidelines, are adhered to in the product development and approval process.
8. To ensure that the product proposals are competitive, attractive and affordable without prejudice to the financials risk (PM, VoNB, NB Strain, APE, etc) and non-financial risk (operations, regulatory, marketing, etc).
9. To oversee the financials performance of products and drive strategy on product mix.
10. To ensure relevant risks (financial and non-financials), rewards, opportunities and threats are fully considered in the product approval process through adequate participation and sign-off from relevant functional and line management.

Responsibilities

1. Develop a strategic plan for the development and marketing of insurance product as part of the strategic plan of the company's business activities.
2. Approve product concepts/design, subsequent indicative financials, and subsequent risk.
3. Approve/sign off product implementation documents:
 - Final Plan Description;
 - Final Pricing;
 - Sales & Marketing Plan.

4. Menetapkan prioritas peluncuran produk/kalender produk, termasuk penetapan harga ulang dan penarikan produk.
5. Mengevaluasi kesesuaian produk asuransi yang akan dipasarkan dengan rencana strategis pengembangan dan pemasaran produk asuransi.
6. Mengevaluasi kinerja produk asuransi dan menghilangkan perubahan atau penghentian pemasaran.
7. Memantau portofolio produk secara berkesinambungan dan mengambil keputusan jika diperlukan.
8. Melakukan review tahunan terhadap tingkat proyeksi dana untuk dana yang ada.
9. Melakukan review pasca peluncuran produk yang diluncurkan dalam periode 12 bulan dan membandingkannya dengan target.

d. Frekuensi Rapat

Komite Produk mengadakan rapat paling sedikit minimal 1 (satu) kali setiap 2 (dua) bulan atau lebih sering jika diperlukan sesuai dengan kebutuhan Perusahaan.

Selama tahun 2024, Komite Produk telah melakukan rapat sebanyak 7 (tujuh) kali dan dihadiri oleh seluruh anggota Komite Produk.

4. Set product launch priority/product calendar, including re-pricing and product withdrawals.
5. Evaluating the suitability of insurance product that will be marketed with strategic plan for the development and marketing of insurance product.
6. Evaluate the performance of insurance product and eliminate changes or termination of marketing.
7. Monitoring product portfolio on-going basis and take decision if necessary.
8. Performing annual review of fund projection rates for the existing funds.
9. Performing post launch review of products launched within 12-month period and compared against the target.

d. Meeting Frequency

Product Committee is obliged to hold meetings at least once every 2 (two) months, or more frequently if required, in accordance with the Company's needs.

In 2024, Product Committee has conducted 7 (seven) meetings and was attended by all the Product Committee members.

Jumlah Kehadiran Rapat Komite Produk

Total Attendance of Product Committee Meetings

No.	Nama Name	Jabatan Title	Jumlah Rapat Komite (7 kali Rapat) Total of Committee Meeting (7 Meetings)		% Kehadiran Attendance
			Jumlah Kehadiran Total Attendance	Jumlah Meeting Total Meeting	
1	Namkoong Hoon	Ketua Komite Committee Chairman	7	7	100%
2	Han Changwoo	Anggota Komite Committee Member	6	7	86%
3	Kim Si Jun	Anggota Komite Committee Member	7	7	100%
4	RR Francisca M Ruswita	Anggota Komite Committee Member	4	7	57%
5	Alexander F. Widjanarko	Anggota Komite Committee Member	6	7	86%
6	Silvia	Anggota Komite Committee Member	7	7	100%
7	Agustinawati	Anggota Komite Committee Member	6	7	86%
8	Fabianus Widyarto*	Anggota Komite Committee Member	6	7	86%
9	Daniel Setiawan	Anggota Komite Committee Member	4	7	57%
10	Genevieve Irary	Anggota Komite Committee Member	4	7	57%
11	Zaenani Eko Trianto**	Anggota Komite Committee Member	2	7	29%
12	Pungky Andreas	Anggota Komite Committee Member	6	7	86%
13	Reza Utama***	Anggota Komite Committee Member	4	7	57%
14	Siska Damayanti	Anggota Komite Committee Member	2	7	29%

Catatan/ Note:

* Berhenti menjabat sejak Juli 2024 sehingga hanya mengikuti 6 (enam) rapat, yakni Januari-Juli 2024/

No longer held the position as of July 2024, thus only participated in 6 (six) meetings, namely from January-July 2024.

** Berhenti menjabat sejak Juli 2024 sehingga hanya menghadiri 2 (dua) rapat, yakni Januari-Juli 2024/

No longer held the position as of July 2024, thus only participated in 2 (two) meetings, namely from January-July 2024.

*** Berhenti menjabat sejak Oktober 2024 sehingga hanya mengikuti 4 (empat) rapat, yakni Januari-Oktober 2024/

No longer held the position as of October 2024, thus only participated in 4 (four) meetings, namely from January to October 2024.

3. Komite Digital

A. Pembentukan

Komite Digital adalah Komite yang dibentuk oleh Direksi berdasarkan Surat Keputusan Direksi Nomor: 00256/HLI-SK/11-2022 tanggal 11 November 2022 dan susunan pengurusnya terakhir kali ditetapkan berdasarkan Surat Keputusan Direksi Nomor 0000138A/HLI-SK/10-2024 tertanggal 01 October 2024.

B. Keanggotaan

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

Ketua Komite	Han Changwoo CMSO
Anggota Komite	Namkong Hoon Direktur Utama & CEO
	RR Francisca M Ruswita Direktur & COO
	Kim Si Jun Direktur & CFO
	Alexander F. Widjanarko Direktur & CCO
	Pungky Andreas Kepala Divisi Technical
	Robertus Deddy Gunawan Kepala Divisi Corporate Planning
	Fabianus Widyarto Kepala Divisi Marketing
	Lutfia Esturini Center of Excellence 1
	Eri Wahyudi Kepala Departemen Center of Excellence 1
	Jackson Richard Eman Kepala Departemen Center of Excellence 2

3. Digital Committee

A. Establishment

Digital Committee is a committee established by the Board of Directors based on the Board of Directors Decree Number: 00256/HLI-SK/11-2022 dated 11 November 2022 and its membership composition lastly stipulated on Board of Directors Decree Number 0000138A/HLI-SK/10-2024 dated on October 01, 2024.

B. Membership

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

Chairman	Han Changwoo CMSO
Committee Members	Namkong Hoon President Director & CEO
	RR Francisca M Ruswita Director & COO
	Kim Si Jun Director & CFO
	Alexander F. Widjanarko Director & CCO
	Pungky Andreas Head of Technical Division
	Robertus Deddy Gunawan Head of Corporate Planning Division
	Fabianus Widyarto Head of Marketing Division
	Lutfia Esturini Center of Excellence 1
	Eri Wahyudi Head of Center of Excellence 1 Department
	Jackson Richard Eman Head of Center of Excellence 2 Department

C. Tugas dan Tanggung Jawab

Komite Digital bertugas dan bertanggung jawab atas:

1. Realisasi Digital Transformation

- a. Melakukan monitor dan evaluasi atas perkembangan pekerjaan proyek pengembangan sistem;
- b. Melakukan evaluasi atas prioritas pengembangan sistem;
- c. Melakukan penyesuaian, jika diperlukan, berdasarkan perkembangan dan kondisi terkini.

2. Model Bisnis Baru

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

D. Frekuensi Rapat

Selama tahun 2024, Komite Digital telah melakukan rapat sebanyak 6 (enam) kali dan dihadiri oleh seluruh anggota Komite Digital.

C. Duties and Responsibilities

Digital Committee is in charge and responsible for:

1. Digital Transformation Realization

- a. *To monitor and evaluate working progress of system development projects;*
- b. *To evaluate the priority for system development;*
- c. *To make any adjustment, if necessary, based on updates and progress.*

2. New Business Model

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

D. Meeting Frequency

In 2024, the Digital Committee has conducted 6 (six) meetings and was attended by all the Digital Committee members.

Jumlah Kehadiran Rapat Komite Digital
Total Attendance of Digital Committee Meetings

No.	Nama Name	Jabatan Title	Jumlah Rapat Komite (6 kali Rapat) Total of Committee Meeting (6 Meetings)		% Kehadiran Attendance
			Jumlah Kehadiran Total Attendance	Jumlah Meeting Total Meeting	
1	Zaenani Eko Trianto*	Ketua Komite Committee Chairman	6	6	100%
2	Han Changwoo**	Anggota Komite Committee Member	6	6	100%
3	Namkoong Hoon	Anggota Komite Committee Member	6	6	100%
4	RR Francisca M Ruswita	Anggota Komite Committee Member	6	6	100%
5	Kim Si Jun	Anggota Komite Committee Member	6	6	100%
6	Alexander F. Widjanarko	Anggota Komite Committee Member	6	6	100%
7	Reza Utama***	Anggota Komite Committee Member	6	6	100%
8	Pungky Andreas	Anggota Komite Committee Member	6	6	100%
9	Robertus Deddy Gunawan	Anggota Komite Committee Member	6	6	100%
10	Fabianus Widyarto	Anggota Komite Committee Member	4	6	67%
11	Fausia Isti Tanoso****	Anggota Komite Committee Member	6	6	100%
12	Lutfia Esturini	Anggota Komite Committee Member	6	6	100%
13	Eri Wahyudi	Anggota Komite Committee Member	6	6	100%
14	Jackson Richard Eman	Anggota Komite Committee Member	5	6	83%

Catatan/ Note:

* Berhenti menjabat sejak Oktober 2024 sehingga hanya mengikuti 6 (enam) rapat, yakni Januari-Oktober 2024/
No longer held the position as of October 2024, thus only participated in 6 (six) meetings, namely from January to October 2024.

** Efektif menjabat sebagai Ketua Komite sejak bulan Oktober 2024 menggantikan Sdr. Zaenani Eko Trianto./
Has held the position of chairperson of the committee effective since October 2024 replacing Mr. Zaenani Eko Trianto.

*** Berhenti menjabat sejak Oktober 2024 sehingga hanya mengikuti 6 (enam) rapat, yakni Januari-Oktober 2024/
No longer held the position as of October 2024, thus only participated in 6 (six) meetings, namely from January to October 2024.

**** Berhenti menjabat sejak Oktober 2024 sehingga hanya mengikuti 6 (enam) rapat, yakni Januari-Oktober 2024/
No longer held the position as of October 2024, thus only participated in 6 (six) meetings, namely from January to October 2024.

4. Komite Budaya

- A. Pembentukan
- Komite Budaya adalah Komite yang dibentuk oleh Direksi berdasarkan Surat Keputusan Direksi sebagaimana terakhir diubah dengan Surat Keputusan Direksi tentang perubahan

4. Culture Committee

- A. Establishment
- Culture Committee is a committee established by the Board of Directors based on the Decree of the Board of Directors as last amended by the Decree of the Board of Directors regarding

susunan keanggotaan Komite Budaya 0000116/HLI-SK/07-2024 tertanggal 01 Juli 2024.

B. Keanggotaan

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

Ketua Komite	Alexander F. Widjanarko Direktur & CCO
Anggota Komite	Namkong Hoon Direktur Utama & CEO
	Kim Si Jun Direktur & CFO
	RR Francisca M Ruswita Direktur & COO
	Han Changwoo CMSO
	Robertus Deddy Gunawan Kepala Divisi Corporate Planning
	Marcella Surya Pratiwi Human Capital Support
	Eri Wahyudi Kepala Departemen Center of Excellence 1
	Jackson Richard Eman Kepala Departemen Center of Excellence 2

C. Tugas dan Tanggung Jawab

• Tugas

Komite Budaya memiliki tugas membantu Direksi untuk:

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

changes in the membership composition of the Culture Committee 0000116/HLI-SK/07-2024 dated on July 01, 2024.

B. Membership

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

Chairman	Alexander F. Widjanarko Director & CCO
Committee Members	Namkong Hoon President Director & CEO
	Kim Si Jun Director & CFO
	RR Francisca M Ruswita Director & COO
	Han Changwoo CMSO
	Robertus Deddy Gunawan Head of Corporate Planning Division
	Marcella Surya Pratiwi Human Capital Support
	Eri Wahyudi Head of Center of Excellence 1 Department
	Jackson Richard Eman Head of Center of Excellence 2 Department

C. Duties and Responsibilities

• Duties

Culture Committee is responsible to assist Company's Board of Directors for:

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

6. Menguatkan Pengendalian Internal di Perusahaan.
- **Tanggung Jawab**

Komite Budaya bertanggungjawab membantu Direksi dalam:

1. Mengembangkan organisasi/tenaga kerja.

2. Stabilisasi Tata Kelola.

D. Frekuensi Rapat

Selama tahun 2024, Komite Budaya telah melakukan rapat sebanyak 6 (enam) kali dan dihadiri oleh seluruh anggota Komite Budaya.

6. *Improvement of Company's Internal Control.*
- **Responsibility**

Culture Committee is responsible for assisting the Board of Directors in:

1. Improvement of organization/ manpower.

2. Governance Stabilization.

D. Meeting Frequency

During 2024, the Culture Committee held 6 (six) meetings and was attended by all members of the Culture Committee.

Jumlah Kehadiran Rapat Komite Budaya
Total Attendance of Culture Committee Meetings

No.	Nama <i>Name</i>	Jabatan <i>Title</i>	Jumlah Rapat Komite (6 kali Rapat) <i>Total of Committee Meeting (6 Meetings)</i>		% Kehadiran <i>Attendance</i>
			Jumlah Kehadiran <i>Total Attendance</i>	Jumlah Meeting <i>Total Meeting</i>	
1	Alexander F. Widjanarko	Ketua Komite <i>Committee Chairman</i>	6	6	100%
2	Namkoong Hoon	Anggota Komite <i>Committee Member</i>	6	6	100%
3	Kim Si Jun	Anggota Komite <i>Committee Member</i>	6	6	100%
4	RR Francisca M Ruswita	Anggota Komite <i>Committee Member</i>	6	6	100%
5	Han Changwoo	Anggota Komite <i>Committee Member</i>	6	6	100%
6	Zaenani Eko Trianto*	Anggota Komite <i>Committee Member</i>	3	6	50%
7	Robertus Deddy Gunawan	Anggota Komite <i>Committee Member</i>	6	6	100%
8	Fausia Isti Tanoso**	Anggota Komite <i>Committee Member</i>	5	6	83%
9	Marcella Surya Pratiwi	Anggota Komite <i>Committee Member</i>	6	6	100%
10	Eri Wahyudi***	Anggota Komite <i>Committee Member</i>	3	6	50%
11	Jackson Richard Eman****	Anggota Komite <i>Committee Member</i>	3	6	50%

Catatan/ *Note:*

* Berhenti menjabat sejak Juli 2024 sehingga hanya menghadiri 3 (tiga) rapat, yakni Januari-Juli 2024/
No longer held the position as of July 2024, thus only participated in 3 (three) meetings, namely from January-July 2024.

** Berhenti menjabat sejak Juli 2024 sehingga hanya menghadiri 5 (lima) rapat, yakni Januari-Juli 2024/
No longer held the position as of July 2024, thus only participated in 5 (five) meetings, namely from January-July 2024.

*** Efektif bergabung menjadi anggota komite sejak bulan July 2024./
Effectively joining as the committee member since July 2024.

**** Efektif bergabung menjadi anggota komite sejak bulan July 2024./
Effectively joining as the committee member since July 2024.

5. Komite Manajemen Risiko

A. Pembentukan

Komite Manajemen Risiko adalah Komite yang dibentuk oleh Direksi berdasarkan Piagam Komite Manajemen Risiko Nomor: 00002/HLI-SK BOC/12/2020 tanggal 1 Desember 2020. Ketua dan anggota Komite Manajemen Risiko telah ditunjuk berdasarkan Surat Keputusan Direksi sebagaimana terakhir diubah dengan Surat Keputusan Direksi No. 000057/HLI-SK/04-2024 tanggal 01 April 2024.

B. Keanggotaan

Adapun susunan keanggotaan dalam Komite Manajemen Risiko pada Perusahaan adalah sebagai berikut:

Ketua Komite	Alexander F. Widjanarko Direktur & CCO
Anggota Komite	Kim Si Jun Direktur & CFO
	Robertus Deddy Gunawan Kepala Divisi Corporate Planning

C. Tugas dan Tanggung Jawab

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

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

D. Frekuensi Rapat

Selama tahun 2024, Komite Manajemen Risiko telah melakukan rapat sebanyak 4 (empat) kali dan dihadiri oleh seluruh anggota Komite Manajemen Risiko.

5. Risk Management Committee

A. Establishment

The Risk Management Committee is a Committee established by the Board of Directors based on the Risk Management Committee Charter Number: 00002/HLI-SK BOC/12/2020 dated December 1, 2020. The Chairman and members of the Risk Management Committee have been appointed based on the Decree of the Board of Directors as last amended by the Decree of the Board of Directors No. 000057/HLI-SK/04-2024 dated April 01, 2024.

B. Membership

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

Chairman	Alexander F. Widjanarko Director & CCO
Committee Members	Kim Si Jun Director & CFO
	Robertus Deddy Gunawan Head of Corporate Planning Division

C. Duties and Responsibilities

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

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

D. Meeting Frequency

In 2024, Risk Management Committee has conducted 4 (four) meetings and attended by all the Risk Management Committee members.

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

No.	Nama Name	Jabatan Title	Jumlah Rapat Komite (4 kali Rapat) Total of Committee Meeting (4 Meetings)		% Kehadiran Attendance
			Jumlah Kehadiran Total Attendance	Jumlah Meeting Total Meeting	
1	Alexander F. Widjanarko	Ketua Komite Committee Chairman	4	4	100%
2	Kim Si Jun	Anggota Komite Committee Member	4	4	100%
3	Robertus Deddy Gunawan	Anggota Komite Committee Member	4	4	100%
4	Theresia Kurniawati*	Anggota Komite Committee Member	0	0	100%

Catatan/ Note:
* Berhenti menjabat sejak April 2024 sehingga tidak menghadiri rapat/
No longer held the position as of April 2024, thus no participated in meetings.

6. Komite Pengarah Teknologi Informasi

- A. Pembentukan**
Komite Pengarah Teknologi Informasi adalah Komite yang dibentuk oleh Direksi berdasarkan Surat Keputusan Direksi sebagaimana terakhir diubah dengan Surat Keputusan Direksi tentang Perubahan Susunan Keanggotaan Komite Pengarah Teknologi Informasi Nomor 0000136/HLI-SK/10-2024 tanggal 01 Oktober 2024.
- B. Keanggotaan**
Adapun susunan keanggotaan dalam Komite Pengarah Teknologi Informasi pada Perusahaan adalah sebagai berikut:

Ketua Komite	Namkoong Hoon Direktur Utama & CEO
Anggota Komite	Alexander F. Widjanarko Direktur & CCO
	Reza Utama Kepala Divisi Policy Servicing
	Han Changwoo CMSO
	Pungky Andreas Kepala Divisi Technical

6. Information Technology Steering Committee

- A. Establishment**
The Information Technology Steering Committee is a committee established by the Board of Directors based on the Decree of the Board of Directors as last amended by the Decree of the Board of Directors on Changes in the Membership Composition of the Information Technology Steering Committee Number 0000136/HLI-SK/10-2024 dated on October 01, 2024.
- B. Membership**
The membership composition of the Information Technology Steering Committee of the Company is as follows:

Chairman	Namkoong Hoon President Director & CEO
Committee members	Alexander F. Widjanarko Director & CCO
	Reza Utama Head of Policy Servicing Division
	Han Changwoo CMSO
	Pungky Andreas Head of Technical Division



C. Tugas dan Tanggung Jawab

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

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

D. Frekuensi Rapat

Selama tahun 2024, Komite Pengarah Teknologi Informasi telah melakukan rapat sebanyak 1 (satu) kali dan dihadiri oleh seluruh anggota Komite Pengarah Teknologi Informasi.

C. Duties and Responsibilities

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

1. Information Technology development plan that is in line with the business operation of the Company;
2. Formulation of policy and procedure of Information Technology;
3. The suitability of an Information Technology project approved by the Information Technology development plan;
4. The suitability of the implementation of Information Technology projects with an approved Information Technology project;
5. The suitability of Information Technology with the needs of information management systems as well as requirements for Company business activities;
6. Effectivity of risks mitigation of Company investment on Information Technology sector that contributes to the achievement of Company's business purpose;
7. Monitoring on Information Technology performance and efforts to improve the Information Technology performance;
8. Efforts to resolve various related problems Information Technology that cannot be resolved by the user and operator working units of Information Technology in effective, efficient, and timely manner; and
9. Sufficiency and allocation of Information Technology resources owned by the Company.

D. Meeting Frequency

In 2024, IT Steering Committee has conducted 1 (one) meeting and attended by all the IT Steering Committee members.



Jumlah Kehadiran Rapat Komite Pengarah Teknologi Informasi

Total Attendance of Information Technology Steering Committee Meetings

No.	Nama Name	Jabatan Title	Jumlah Rapat Komite (1 kali Rapat) Total of Committee Meeting (1 Meetings)		% Kehadiran Attendance
			Jumlah Kehadiran Total Attendance	Jumlah Meeting Total Meeting	
1	Namkoong Hoon	Ketua Komite Committee Chairman	1	1	100%
2	Alexander F. Widjanarko	Anggota Komite Committee Member	1	1	100%
3	Zaenani Eko Trianto*	Anggota Komite Committee Member	1	1	100%
4	Reza Utama	Anggota Komite Committee Member	1	1	100%
5	Markum Fuadi**	Anggota Komite Committee Member	1	1	100%
6	Theresia Kurniawati***	Anggota Komite Committee Member	1	1	100%
7	Han Changwoo	Anggota Komite Committee Member	1	1	100%
8	Pungky Andreas	Anggota Komite Committee Member	1	1	100%

Catatan/ Note:

* Berhenti menjabat sejak Oktober 2024 sehingga hanya menghadiri 1 (satu) rapat, yakni Januari-Oktober 2024/
No longer held the position as of October 2024, thus only participated in 1 (one) meeting, namely from January-October 2024.

** Berhenti menjabat sejak Oktober 2024 sehingga hanya menghadiri 1(satu) rapat, yakni Januari-Oktober 2024/
No longer held the position as of October 2024, thus only participated in 1 (one) meeting, namely from January-October 2024.

*** Berhenti menjabat sejak Oktober 2024 sehingga hanya menghadiri 1 (satu) rapat, yakni Januari-Oktober 2024/
No longer held the position as of October 2024, thus only participated in 1 (satu) meetings, namely from January-October 2024.

7. Komite Etik dan Displin

A. Pembentukan

Komite Etik dan Displin adalah Komite yang dibentuk oleh Direksi berdasarkan Surat Keputusan Direksi sebagaimana terakhir kali diubah dengan Surat Keputusan Direksi tertanggal 1 November 2023.

B. Keanggotaan

Adapun susunan keanggotaan dalam Komite Etik dan Disiplin pada Perusahaan adalah sebagai berikut:

Ketua Komite	Alexander F. Widjanarko Direktur & CCO
Anggota Komite	Namkong Hoon Direktur Utama & CEO
	Kim Si Jun Direktur & CFO
	RR Francisca M Ruswita Direktur & COO
	Han Changwoo CMSO
	Marcella Surya Pratiwi Human Capital Support

C. Tugas dan Tanggung Jawab

Komite Etik dan Disiplin bertanggungjawab untuk memberikan rekomendasi kepada Direksi Perusahaan paling sedikit mengenai:

1. Mengkaji kebijakan Kode Etik Perusahaan yang telah disusun dan disepakati oleh Direksi;
2. Menilai konsistensi penerapan dan penegakan Kode Etik di Perusahaan, termasuk yang berkaitan dengan etika bisnis dan standar perilaku bagi Direksi dan Karyawan Perusahaan dalam berhubungan dengan para pemangku kepentingan dan dalam menjalankan tugas, wewenang dan tanggung jawabnya di Perusahaan;
3. Mengevaluasi piagam Komite secara berkala disesuaikan dengan kondisi Perusahaan dan perkembangan ketentuan peraturan perundang-undangan; dan
4. Melakukan penugasan lain dari Direksi.

7. Ethics and Discipline Committee

A. Establishment

Ethics and Discipline Committee is a committee established by the Board of Directors based on the Board of Directors Decree dated November 01, 2023.

B. Membership

The membership composition of the Ethics and Discipline Committee in the Company is as follows:

Chairman	Alexander F. Widjanarko Director & CCO
Committee Members	Namkong Hoon President Director & CEO
	Kim Si Jun Director & CFO
	RR Francisca M Ruswita Director & COO
	Han Changwoo CMSO
	Marcella Surya Pratiwi Human Capital Support

C. Duties and Responsibilities

Ethics and Discipline Committee is responsible to advise the Board of Directors of Company at least regarding:

1. Reviewing Company's Code of Conduct which has been prepared and approved by the Board of Directors;
2. Assessing the consistency of the implementation and enforcement of company's Code of Conduct, including those related to business ethics and standard of behavior for the Board of Directors and Employees in dealing with stakeholders and performing their respective duties, authorities and responsibilities within the Company;
3. Evaluating the charter of the Committee periodically adjusted to the development of Company's conditions and statutory provisions; and
4. Undertake any other assignments from the Board of Directors.

D. Frekuensi Rapat

Komite wajib melakukan rapat komite jika terjadi pelanggaran terhadap etik dan disiplin di Perusahaan. Selama tahun 2024, Komite Etik dan Disiplin telah melakukan rapat sebanyak 1 (satu) kali dan dihadiri oleh seluruh anggota Komite Etik dan Displin.

D. Meeting Frequency

The committee shall conduct a meeting if there is a breach in the ethics and discipline within the Company. In 2024, Ethics and Discipline Committee has conducted 1 (one) meeting and attended by all the Ethics and Discipline Committee members.

Jumlah Kehadiran Rapat Komite Etik dan Displin

Total Attendance of Ethics and Disciplinary Committee Meetings

No.	Nama Name	Jabatan Title	Jumlah Rapat Komite (1 kali Rapat) Total of Committee Meeting (1 Meetings)		% Kehadiran Attendance
			Jumlah Kehadiran Total Attendance	Jumlah Meeting Total Meeting	
1	Alexander F. Widjanarko	Ketua Komite Committee Chairman	1	1	100%
2	Namkoong Hoon	Anggota Komite Committee Member	1	1	100%
3	Kim Si Jun	Anggota Komite Committee Member	1	1	100%
4	RR Francisca M Ruswita	Anggota Komite Committee Member	1	1	100%
5	Han Changwoo	Anggota Komite Committee Member	1	1	100%
6	Marcella Surya Pratiwi	Anggota Komite Committee Member	1	1	100%

8. Komite Environmental, Social dan Governance (ESG)

A. Pembentukan

Komite Environmental, Social dan Governance (ESG) adalah Komite yang dibentuk oleh Dewan Komisaris berdasarkan Surat Keputusan Dewan Komisaris sebagaimana terakhir diubah dengan Surat Keputusan Dewan Komisaris tentang Perubahan Susunan Keanggotaan Komite Environmental, Social dan Governance (ESG) No. 0000138D/HLI-SK/10-2024 tertanggal 01 Oktober 2024.

8. Environmental, Social and Governance (ESG) Committee

A. Estabilishment

Environmental, Social and Governance (ESG) Committee is a committee established by the Board of Commissioners based on the Decree of the Board of Commissioners as last amended by the Decree of the Board of Commissioners on the Change of Membership of the Environmental, Social and Governance (ESG) Committee No. 0000138D/HLI-SK/10-2024 dated October 01, 2024.

B. Keanggotaan

Adapun susunan keanggotaan dalam Komite Environmental, Social dan Governance (ESG) pada Perusahaan adalah sebagai berikut:

Ketua Komite	RR Francisca M Ruswita Direktur & COO
Anggota Komite	Namkong Hoon Direktur Utama & CEO
	Kim Si Jun Direktur & CFO
	Alexander F. Widjanarko Direktur & CCO
	Han Changwoo CMSO
	Eri Wahyudi Kepala Departemen Center of Excellence 1
	Jackson Richard Eman Kepala Departemen Center of Excellence 2
	Angger Harendra Anggota Tim Departemen IT Solution
	Reza Utama Kepala Departemen IT Solution
	Robertus Deddy Gunawan Kepala Divisi Corporate Planning
	Siska Damayanti Kepala Divisi Policy Servicing
	Tomuria Rumapea Kepala Departemen Corporate Communication
	Odilia Sachi Anggota Tim Departemen Corporate Communication
	William A.P. Hutapea Auditor Internal

B. Membership

The membership composition of the Environmental, Social and Governance (ESG) Committee of the Company is as follows:

Chairman	RR Francisca M Ruswita Director & COO
Committee Members	Namkong Hoon President Director & CEO
	Kim Si Jun Director & CFO
	Alexander F. Widjanarko Director & CCO
	Han Changwoo CMSO
	Eri Wahyudi Head of Center of Excellence 1 Department
	Jackson Richard Eman Head of Center of Excellence 2 Department
	Angger Harendra IT Solution Department Team Member
	Reza Utama Head of IT Solution Department
	Robertus Deddy Gunawan Head of Corporate Planning Division
	Siska Damayanti Head of Policy Servicing Division
	Tomuria Rumapea Head of Corporate Communication Department
	Odilia Sachi Corporate Communication Department Team Member
	William A.P. Hutapea Internal Auditor



C. Tugas dan Tanggung Jawab

• Tugas

1. Mendiskusikan aktivitas terkait *environmental* dan *social* termasuk *Corporate Social Responsibility* dan Literasi Keuangan;
2. Mendiskusikan hal-hal terkait *governance* termasuk laporan keluhan pelanggan;
3. Mendiskusikan pembentukan *Business Continuity Plan*;
4. Tugas lainnya yang diberikan.

• Tanggung Jawab

1. Memastikan aktivitas atau program terkait *Corporate Social Responsibility* serta Literasi Keuangan dilaksanakan sesuai rencana;
2. Memastikan tersedianya *Business Continuity Management Structure*.

D. Frekuensi Rapat

Komite *Environmental, Social* dan *Governance* (ESG) telah melakukan rapat sebanyak 4 (empat) kali dan dihadiri oleh seluruh anggota Komite *Environmental, Social* dan *Governance* (ESG).

C. Duties and Responsibilities

• Duties

1. To discuss activities related to *environmental* and *social* including *Corporate Social Responsibility* and *Financial Literacy*;
2. To discuss issues related to *governance* including report of customer's complaint;
3. To discuss on establishment of *Business Continuity Plan*;
4. Other assign tasks.

• Responsibilities

1. Ensure activities and program related to *Corporate Social Responsibility* and *Financial Literacy* are done as planned;
2. Ensure establishment of *Business Continuity Plan* and *Business Continuity Management Structure*.

D. Meeting Frequency

Environmental, Social and *Governance* (ESG) Committee has conducted 4 (four) meetings and attended by all the *Environmental, Social* and *Governance* (ESG) Committee.

Jumlah Kehadiran Rapat Komite Environmental, Social dan Governance (ESG)

Total Attendance of Environmental, Social and Governance (ESG) Committee Meetings

No.	Nama Name	Jabatan Title	Jumlah Rapat Komite (4 kali Rapat) Total of Committee Meeting (4 Meetings)		% Kehadiran Attendance
			Jumlah Kehadiran Total Attendance	Jumlah Meeting Total Meeting	
1	RR Francisca M Ruswita	Ketua Komite Committee Chairman	4	4	100%
2	Namkoong Hoon	Anggota Komite Committee Member	4	4	100%
3	Kim Si Jun	Anggota Komite Committee Member	2	4	50%
4	Alexander F. Widjanarko	Anggota Komite Committee Member	4	4	100%
5	Han Changwoo	Anggota Komite Committee Member	2	4	50%
6	Markum Fuadi*	Anggota Komite Committee Member	3	4	75%
7	Eri Wahyudi	Anggota Komite Committee Member	3	4	75%
8	Jackson Richard Eman	Anggota Komite Committee Member	3	4	75%
9	Angger Harendra	Anggota Komite Committee Member	2	4	50%
10	Reza Utama	Anggota Komite Committee Member	4	4	100%
11	Robertus Deddy Gunawan	Anggota Komite Committee Member	3	4	75%
12	Siska Damayanti	Anggota Komite Committee Member	4	4	100%
13	Tomuria Rumapea	Anggota Komite Committee Member	3	4	75%
14	Odilia Sachi	Anggota Komite Committee Member	1	4	25%
15	William A.P. Hutapea**	Anggota Komite Committee Member	1	4	25%

Catatan/ Note:

* Berhenti menjabat sejak Oktober 2024 sehingga hanya menghadiri 3 (tiga) rapat, yakni Januari-Oktober 2024/

No longer held the position as of October 2024, thus only participated in 3 (three) meeting, namely from January-October 2024.

** Efektif bergabung menjadi anggota komite sejak bulan July 2024/

Effectively joining as the committee member since July 2024.

9. Fungsi Perlindungan Konsumen dan Masyarakat

A. Pembentukan

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

B. Keanggotaan

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

1. Kepala Departemen LCCS (sebagai Koordinator).
2. Kepala Divisi Policy Servicing.
3. Kepala Divisi Recruitment & Development.
4. Kepala Divisi Channel, Product & Communication.
5. Aktuaris Perusahaan.
6. Kepala Departemen Product Strategy.

C. Tugas dan Tanggung Jawab

Fungsi Perlindungan Konsumen dan Masyarakat memiliki tugas di bawah ini:

1. Memberikan sosialisasi kepada seluruh Pegawai di Perusahaan mengenai Perlindungan Konsumen dan Masyarakat;
2. Mengoordinasikan proses perencanaan dan pelaksanaan kepatuhan Perusahaan terhadap ketentuan mengenai Perlindungan Konsumen dan Masyarakat di sektor jasa keuangan;
3. Berkoordinasi dengan unit terkait untuk pemantauan dan evaluasi atas pelaksanaan kepatuhan Perusahaan terhadap ketentuan mengenai Perlindungan Konsumen dan Masyarakat di sektor jasa keuangan;
4. Melaporkan kepada Direksi secara tertulis mengenai implementasi Perlindungan Konsumen dan Masyarakat, serta memberikan rekomendasi untuk perbaikan dan pengembangan Perlindungan Konsumen dan Masyarakat; dan
5. Mengoordinasikan penyusunan dan penyampaian laporan terkait Perlindungan Konsumen dan Masyarakat di sektor jasa keuangan sesuai dengan ketentuan perundang-undangan di sektor jasa keuangan.

9. Customer and Public Protection Function

A. Establishment

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

B. Membership

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

1. *Head of LCCS Department (as the coordinator).*
2. *Head of Policy Servicing Division.*
3. *Head of Recruitment & Development Division.*
4. *Head of Channel, Product & Communication Division.*
5. *Appointed Actuary.*
6. *Head of Product Strategy Department.*

C. Duties and Responsibilities

Customer and Public Protection Function has the following duties:

1. *Socialize to all Employees in the Company regarding Consumer and Public Protection;*
2. *Coordinate the process of planning and implementing the Company's compliance with the provisions concerning Consumer and Public Protection in the financial services sector;*
3. *Coordinate with related units for monitoring and evaluation of the implementation of the Company's compliance with the provisions concerning Consumer and Public Protection in the financial services sector;*
4. *Report to the Board of Directors regarding the implementation of Consumer and Public Protection, as well as provide recommendations for improvement and development of Consumer and Public Protection; and*
5. *Coordinate the preparation and submission of reports related to Consumer and Public Protection in the financial services sector in accordance with the provisions of the legislation in the financial services sector.*

10. Fungsi Literasi dan Inklusi Keuangan

A. Pembentukan

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

B. Keanggotaan

Adapun penanggung jawab Fungsi Literasi dan Inklusi Keuangan terdiri atas:

1. Kepala Departemen *Communication*
2. Staf Departemen *Communication*

C. Tugas dan Tanggung Jawab

Fungsi Literasi dan Inklusi Keuangan memiliki tugas di bawah ini:

1. Terkait Literasi Keuangan:

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

2. Terkait Inklusi Keuangan:

- (i). Menyusun pedoman pelaksanaan kegiatan dalam rangka meningkatkan Inklusi Keuangan;
- (ii). Merencanakan kegiatan dalam rangka meningkatkan Inklusi Keuangan;
- (iii). Melaksanakan kegiatan dalam rangka meningkatkan Inklusi Keuangan;

10. Financial Literacy and Inclusion Function

A. Establishment

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

B. Membership

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

1. *Head of Communication Department*
2. *Communication Department Staff*

C. Duties and Responsibilities

Financial Literacy and Inclusion Function has the following duties:

1. In relation to Financial Literacy:

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

2. In relation to Financial Inclusion:

- (i). *Prepare guidelines for the implementation of activities in order to improve Financial Inclusion;*
- (ii). *Planning activities in order to increase Financial Inclusion;*
- (iii). *Carry out activities in order to increase Financial Inclusion;*

- (iv). Melakukan pemantauan dan evaluasi atas kegiatan dalam rangka meningkatkan Inklusi Keuangan yang telah dilaksanakan oleh Perusahaan;
- (v). Menyampaikan laporan rencana dan laporan realisasi kegiatan dalam rangka meningkatkan Inklusi Keuangan;
- (vi). Memberikan masukan kepada unit bisnis yang melakukan riset dan pengembangan produk dan/atau layanan Perusahaan untuk mengembangkan produk dan/atau layanan Perusahaan yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan Konsumen dan/atau masyarakat yang dapat diperoleh berdasarkan hasil pemantauan dan evaluasi kegiatan dalam rangka meningkatkan Inklusi Keuangan;
- (vii). Memberikan masukan kepada unit Literasi Keuangan dalam rangka penyusunan materi Edukasi Keuangan terkait produk dan/atau layanan Perusahaan yang dikembangkan; dan
- (viii). Tugas lain yang terkait dengan pelaksanaan kegiatan dalam rangka meningkatkan Inklusi Keuangan Perusahaan.

- (iv). Carry out monitoring and evaluation of activities in order to improve Financial Inclusion that has been implemented by the Company;
- (v). Submit a report on the plan and report on the realization of activities in order to improve Financial Inclusion;
- (vi). Provide input to business units conducting research and development of Company products and/or services to develop Company products and/or services that are in accordance with the needs and capabilities of Consumers and/or the public that can be obtained based on the results of monitoring and evaluation of activities in order to improve Financial Inclusion;
- (vii). Provide input to the Financial Literacy unit in the context of preparing Financial Education materials related to the Company's products and/or services being developed; and
- (viii). Other tasks related to the implementation of activities in order to increase Financial Inclusion of the Company.

11. Fungsi Kepatuhan

Fungsi Kepatuhan bertugas membantu Direksi dalam memastikan kepatuhan terhadap peraturan perundang-undangan di bidang usaha perasuransian dan peraturan perundang-undangan lainnya dan bertanggung jawab langsung ke Direktur yang membawahi fungsi Kepatuhan. Fungsi ini ditetapkan berdasarkan Surat Keputusan Direksi dan terakhir diubah dalam Surat Keputusan Direksi No. 00030D/HLI- SK/04-2023 tanggal 22 Mei 2023.

11. Compliance Function

Compliance Function is responsible to assist the Board of Directors in ensuring compliance with laws and regulations in the field of insurance business and other laws and regulations and is directly responsible to the Director in charge of Compliance Function. This function was established based on the Board of Directors Decree and lastly amended in the Board of Directors Decree No. 00030D/HLI- SK/04-2023 dated May 22, 2023.

12. Fungsi Manajemen Risiko

Fungsi Manajemen Risiko bertugas untuk melakukan pengelolaan dan berkoordinasi untuk melakukan penerapan manajemen risiko secara konsisten dan berkala. Fungsi Manajemen Risiko ini ditetapkan berdasarkan Surat Keputusan Direksi Nomor: 00057/HLI-SK/09-2023.

12. Risk Management Function

Risk Management Function is responsible to managing and coordinating the risk management implementation consistently and periodically. This Function was established by the Board of Directors Decree Number: 00057/HLI-SK/09-2023.

13. Fungsi Internal Auditor

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

13. Internal Audit Function

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



14. Fungsi Pengelolaan Investasi

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

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

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

16. Fungsi Penanganan Pengaduan Nasabah

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

17. Fungsi Anti Fraud

Fungsi Anti-Fraud bertugas dalam pelaksanaan pencegahan, deteksi, investigasi, dan evaluasi atas tindakan *fraud* di lingkungan Perusahaan serta berperan dalam menciptakan budaya *anti-fraud* di seluruh tingkat operasional serta meningkatkan kesadaran terhadap potensi terjadinya tindakan *fraud* di Perusahaan. Fungsi ini dibentuk berdasarkan Surat Keputusan Direksi sebagaimana terakhir kali diubah melalui Surat Keputusan Direksi No. 0000131/HLI-SK/09-2024 tanggal 1 Oktober 2024.

14. Investment Functions

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

15. Official in Charge of Anti Money Laundering and Counter Financing of Terrorism.

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

16. Customer Complaint Function

Customer Complaint Function is assign to handle and resolve complaints from the customers of the Company. This function was established based on the Board of Directors Decree No. 000100A/HLI-SK/12-2021 dated December 2, 2021.

17. Anti-Fraud Function

The Anti-Fraud Function is responsible for implementing the prevention, detection, investigation, and evaluation of fraud within the Company. It also plays a role in fostering an anti-fraud culture at all operational levels and increasing awareness of the potential occurrence of fraud within the Company. This function was established by a Board of Directors Decree, as most recently amended by Board of Directors Decree No. 0000131/HLI-SK/09-2024 dated October 1, 2024.



Tata Kelola Perusahaan
Good Corporate Governance

5

Tata Kelola Perusahaan

Good Corporate Governance

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

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

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

1. Keterbukaan

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

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

2. Akuntabilitas

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

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

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

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

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

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

1. Transparency

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

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

2. Accountability

Clarity of functions and implementation of accountability of Company Organs so that the company performance can run transparently, reasonably, effectively, and efficiently.

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

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

3. Pertanggungjawaban

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

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

4. Kemandirian

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

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

5. Kesetaraan dan Kewajaran

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.

Perusahaan menjamin bahwa setiap pihak yang berkepentingan akan mendapatkan perlakuan yang setara tanpa diskriminasi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

3. Responsibility

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

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

4. Independency

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

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

5. Equality and Fairness

Equality, balance and fairness in fulfilling stakeholder rights which arising under treaties, laws, and ethical values as well as standards, principles and practices of the healthy organization of insurance business.

The fairness principle is implemented as justice and equality in fulfilling the rights of stakeholders arising under treaties and applicable laws and regulations.

The Company guarantees that every stakeholders will receive equal treatment without discrimination in accordance with the applicable laws and regulations.

Pada tahun 2024, Perusahaan telah memiliki/melakukan berikut dalam rangka mengimplementasikan prinsip-prinsip tersebut di atas:

1. Struktur Tata Kelola di Perusahaan, yaitu RUPS, Direksi, Dewan Komisaris, beserta Komite dan/atau Satuan Kerja di bawah Direksi dan Dewan Komisaris untuk menunjang Direksi dan/atau Dewan Komisaris dalam melakukan tugas dan tanggung jawabnya.
2. Perusahaan memastikan penegakan dan implementasi dari setiap kebijakan dan prosedur sehubungan dengan penerapan Tata Kelola Perusahaan, antara lain (i) Kode Etik, (ii) Kebijakan Anti-Fraud, (iii) GCG Guidelines, (iv) Board Manual, (v) Kebijakan Saluran Pelaporan melalui pemberian konsultasi, awareness, dan sebagainya.
3. Perusahaan telah menggunakan *Index Scoring* GCG sebagai parameter internal untuk mengukur tingkat kepatuhan terhadap prinsip-prinsip *Good Corporate Governance* (GCG). Indeks ini diadaptasi juga dari *ASEAN GCG Scorecard*, sehingga selaras dengan standar tata kelola perusahaan yang berlaku di kawasan Asia Tenggara. Pada tahun 2024, Perusahaan telah melakukan penilaian mandiri (*self-assessment*) atas penerapan GCG dan memperoleh predikat Cukup Baik. Hasil ini mencerminkan bahwa secara prinsip, Perusahaan telah menerapkan GCG dengan cukup baik. Namun demikian, masih terdapat beberapa aspek yang perlu ditingkatkan dan menjadi perhatian untuk perbaikan berkelanjutan.

In 2024, Company has had/ done the following in order to implement the above-mentioned principles:

1. *Corporate Governance Structure, namely the GMS, the Board of Directors, the Board of Commissioners, along with the Committees and/or Work Units under the Board of Directors and the Board of Commissioners to support the Board of Directors and/or the Board of Commissioners in carrying out their duties and responsibilities.*
2. *Company ensures the enforcement and implementation of the policies and procedures related to the implementation of Corporate Governance, including (i) Code of Ethics, (ii) Anti-Fraud Policy, (iii) GCG Guidelines, (iv) Board Manual, (v) Whistleblowing System Policy by providing consultation, awareness, and so on.*
3. *The Company has applied the GCG Index Scoring as an internal parameter to measure the level of compliance with the principles of Good Corporate Governance (GCG). This index has also been adapted from the ASEAN GCG Scorecard, aligning it with corporate governance standards applicable in the Southeast Asia region. In 2024, the Company conducted a self-assessment of its GCG implementation and received a Fairly Good rating. This result indicates that, in principle, the Company has implemented GCG adequately. Nevertheless, there are still several areas that require improvement and should be given attention for continuous enhancement.*

Sistem Pengendalian Internal

Internal Control System

Pengendalian internal adalah suatu proses yang dirancang untuk memberikan jaminan yang memadai bahwa Perusahaan dapat mencapai tujuannya, termasuk tujuan operasional, performa keuangan, pertumbuhan dan perkembangan bisnis, serta kepatuhan Perusahaan terhadap aturan dan perundang-undangan. Adapun tanggung jawab di dalam pelaksanaan sistem pengendalian internal yang ada merupakan milik setiap personil dalam organisasi. Setiap personil memiliki tugas dan tanggung jawab yang berbeda-beda namun tetap mengarah pada satu tujuan organisasi ke depannya. Peran serta tanggung jawab tersebut dapat terlihat pada bentuk 3 (tiga) lini pertahanan yang saling berkaitan dan mendukung satu sama lain atau biasa disebut dengan *three lines of model* sebagai berikut:

1. Lini Pertama (Unit Bisnis)

Unit Bisnis sebagai lini yang terlibat dalam operasional harian dan bertindak sebagai kontak pertama dengan berbagai pihak. Lini pertama ini merupakan fungsi dalam Perusahaan yang bertanggung jawab dalam pengelolaan risiko, memastikan lingkungan pengendalian internal berjalan dengan baik, serta menjalankan fungsi operasional sehari-hari dengan pengendalian internal yang memadai.

2. Lini Kedua (Fungsi Manajemen Risiko dan Kepatuhan)

Lini pertahanan kedua di dalam organisasi merupakan fungsi yang independen dari fungsi bisnis dan operasional. Adapun tugas dan tanggung jawab pada fungsi ini adalah membangun kesadaran penerapan manajemen risiko, memberikan konsultasi dalam meningkatkan struktur tata kelola, mengawasi jalannya proses manajemen risiko dan tingkat kepatuhan unit bisnis dan operasional dalam organisasi, serta melaporkan kepada Direksi profil risiko Perusahaan secara keseluruhan.

3. Lini ketiga (Audit Internal)

Fungsi ini merupakan fungsi independen penuh terhadap fungsi bisnis dan operasional dan berperan untuk melakukan penilaian terhadap sistem pengendalian internal dalam penerapan manajemen risiko, serta melakukan pemantauan dan koreksi penyimpangan pada seluruh area Perusahaan. Fungsi Audit Internal berada langsung di bawah pengawasan Direktur Utama Perusahaan dan memastikan juga bahwa lini pertama dan kedua telah menjalankan proses bisnisnya sesuai dengan aturan dan ketentuan yang berlaku. Fungsi ini juga melakukan pelaporan rutin kepada Dewan Komisaris melalui Komite Audit.

Selain menerapkan prinsip 'tiga lini pertahanan', Perusahaan juga tunduk pada Standar Pengendalian Internal yang diterbitkan oleh Kantor Pusat Korea dari waktu ke waktu.

Internal control is a process designed to provide reasonable assurance that the Company can achieve its objectives, including operational goals, financial performance, business growth and development, as well as compliance with applicable laws and regulations. The responsibility for implementing the internal control system lies with every individual within the organization. Each person has distinct roles and responsibilities, yet all are directed toward the common goal of supporting the organization's objectives. These roles and responsibilities are reflected in the three interrelated and mutually supportive lines of defense, commonly referred to as the three lines model, as follows:

1. First Line (Business Unit)

The Business Unit is the line that is involved in daily operations and acts as the first contact with various parties. This first line is the function within the Company that is responsible for managing risk, ensuring the internal control environment is in place, and carrying out daily operational functions with adequate internal controls.

2. Second Line (Risk Management Function and Compliance)

The second line of defense in the organization is a function that is independent from the business and operational functions. The duties and responsibilities of this function are to build awareness of risk management implementation, provide consultancy in improving the governance structure, oversee the risk management process and compliance level of business and operational units in the organization, and report to the Board of Directors the Company's overall risk profile.

3. Third Line (Internal Audit)

This function is fully independent of the business and operational functions and has the role of assessing the internal control system in the implementation of risk management, as well as monitoring and correcting irregularities in all areas of the Company. The Internal Audit function is directly under the supervision of the President Director of the Company and also ensures that the first and second lines have carried out their business processes in accordance with applicable rules and regulations. This function also conducts regular reporting to the Board of Commissioners through the Audit Committee.

Aside from the implementation of the 'three lines of defense' principle, the Company is also subject to the Internal Control Standards issued by the Korean Headquarters from time to time.

Implementasi Sistem Pengendalian Internal Perusahaan

Selama tahun 2024, Audit Internal Perusahaan telah melakukan kegiatan audit terhadap aktivitas beberapa departemen di Perusahaan serta tugas dan tanggung jawab lainnya, antara lain:

1. Melaksanakan peninjauan atas pengendalian internal pada kegiatan operasional Perusahaan.
2. Melaksanakan jasa audit dan konsultasi serta memberikan laporan kepada Direktur Utama berisi temuan audit, rekomendasi audit serta tindak lanjut (*follow up*) atas rekomendasi yang diberikan oleh Audit Internal kepada masing-masing departemen untuk meningkatkan efisiensi dan efektifitas operasional Perusahaan.
3. Menyusun Laporan Hasil Audit Internal secara semesteran serta menyampaikannya kepada Direktur Utama dan Dewan Komisaris melalui Komite Audit serta kemudian dilaporkan kepada Otoritas Jasa Keuangan.
4. Mengajukan Rencana Tahunan Audit Internal Tahun 2025 yang telah disetujui oleh Komite Audit pada Rapat Komite Audit tanggal 30 Desember 2024.

The Implementation of Internal Control System within the Company

In 2024, the Company's Internal Audit has carried out audit activities on the activities of several departments in the Company and other duties and responsibilities, among others:

1. *Carry out a review of internal control in the Company's operational activities.*
2. *Carry out audit and consulting services and provide reports to the President Director containing audit findings, audit recommendations and follow-up on recommendations provided by Internal Audit to each department to improve the efficiency and effectiveness of the Company's operations.*
3. *Prepare the Internal Audit Report in semester basis and submit it to President Director and the Board of Commissioners through Audit Committee and subsequently submit the report to the Financial Services Authority.*
4. *Submit the 2025 Internal Audit Annual Plan which was approved by the Audit Committee at the Audit Committee Meeting on December 30, 2024.*

Pernyataan Dewan Komisaris dan Direksi atas Kecukupan Sistem Pengendalian Internal

Dewan Komisaris dan Direksi menilai bahwa sistem pengendalian internal yang dilaksanakan Perseroan sepanjang tahun 2024 telah cukup efektif dan memadai dalam memenuhi segala kebutuhan sesuai dengan skala dan kompleksitas usaha industri asuransi yang dijalankan. Kondisi tersebut terefleksi melalui pencapaian target dan kinerja oleh Direksi dan manajemen, serta penyediaan Laporan Keuangan Perusahaan yang reliabel.

Statements of the Board Commissioners and the Board of Directors on the Adequacy of Internal Control System

The Board of Commissioners and the Board of Directors assessed that the internal control system implemented by the Company throughout 2024 has been effective and adequate in meeting all needs in accordance with the scale and complexity of the insurance industry business carried out. This condition is reflected through the achievement of targets and performance by the Board of Directors and management, as well as the provision of reliable Financial Statements

Manajemen Risiko

Risk Management



Manajemen Risiko

Fungsi Manajemen Risiko dibentuk dan diterapkan dengan tujuan untuk memaksimalkan nilai tambah bagi Perusahaan serta pihak berkepentingan lainnya. Maka dari itu, *Top Management* memandang bahwa penerapan manajemen risiko merupakan satu komitmen kuat yang harus diwujudkan serta dikembangkan budaya sadar risiko sepenuhnya. Penerapan Manajemen Risiko yang baik dan memadai juga mencerminkan salah satu bentuk pelaksanaan tata kelola Perusahaan yang baik dan pembentukan budaya Perusahaan.

Adapun dasar aturan serta ketentuan yang menjadi acuan dalam implementasi Manajemen Risiko Perusahaan dan wujud kepatuhan Perusahaan, antara lain:

1. Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 28/POJK.05/2020 tentang Penilaian Tingkat Kesehatan Lembaga Jasa Keuangan Non-Bank;
2. Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 44/POJK.05/2020 tentang Penerapan Manajemen Risiko bagi Lembaga Jasa Keuangan Non-Bank;
3. Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 04/POJK.05/2021 tentang Penerapan Manajemen Risiko dalam Penggunaan Teknologi Informasi oleh Lembaga Jasa Keuangan Non-Bank;
4. Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan No. 1/POJK.05/2021 tentang Penilaian Tingkat Kesehatan Perusahaan Asuransi, Perusahaan Asuransi Syariah, Perusahaan Reasuransi, dan Peraturan Reasuransi Syariah;
5. Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan No. 8/SEOJK.05/2021 tentang Penerapan Manajemen Risiko bagi Perusahaan Asuransi; dan

Risk Management

The Risk Management function is established and implemented with the aim of maximizing added value for the Company and other stakeholders. Therefore, Top Management views the implementation of risk management as a strong commitment that must be realized, along with the full development of a risk-aware culture. An effective and adequate implementation of Risk Management also reflects a form of good corporate governance and contributes to the establishment of a strong corporate culture.

The basic rules and regulations that serve as a reference in the implementation of the Company's Risk Management and the Company's form of compliance, among others:

1. *Financial Service Authority Regulation No. 28/POJK.05/2020 on the Assessment of the Soundness of Non-Bank Financial Services Institutions;*
2. *Financial Service Authority Regulation No. 44/POJK.05/2020 concerning Risk Management Implementation for Non-Bank Financial Service Institutions;*
3. *Financial Services Authority Regulation No. 04/POJK.05/2021 on the Implementation of Risk Management in the Use of Information Technology by Non-Bank Financial Services Institutions;*
4. *Financial Service Authority Circular Letter No. 1/POJK.05/2021 on the Assessment of Soundness Level of Insurance Companies, Sharia Insurance Companies, Reinsurance Companies, and Sharia Reinsurance Regulations;*
5. *Financial Service Authority Circular Letter No. 8/SEOJK.05/2021 concerning Implementation of Risk Management for Insurance Company; and*

6. Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan No. 22/POJK.05/2021 tentang Penerapan Manajemen Risiko dalam Penggunaan Teknologi Informasi oleh Lembaga Jasa Keuangan Non-Bank.

6. *Financial Service Authority Circular Letter No. 22/POJK.05/2021 on Implementation of Risk Management in the Use of Information Technology by Non-Bank Financial Services Institutions*

Kebijakan Manajemen Risiko

Kebijakan yang dimiliki oleh Perusahaan pada dasarnya telah mengacu kepada aturan dan ketentuan sesuai dengan POJK 44/05/2020 yang terdiri dari 4 pilar penerapan Manajemen Risiko yang terdiri dari:

1. Pengawasan Aktif Direksi dan Dewan Komisaris yang menyatakan wewenang serta tanggung jawab Direksi dan Dewan Komisaris Perusahaan ;
2. Kecukupan Proses Identifikasi, Pengukuran/Penilaian, Pengendalian dan Pemantauan Risiko yang menyatakan bagaimana Perusahaan melakukan proses Manajemen Risiko yang terdiri dari identifikasi, pengukuran, pengendalian, serta pemantauan 9 (sembilan) risiko utama di dalam lingkungan Perusahaan;
3. Sistem Informasi Manajemen Risiko yang menyatakan bagaimana peran teknologi informasi di dalam membantu dan mendukung pelaksanaan penerapan Manajemen Risiko; dan
4. Sistem Pengendalian Intern yang Menyeluruh yang menyatakan bagaimana Perusahaan wajib melaksanakan pengendalian internal yang efektif terhadap risiko yang melekat dalam kegiatan usaha Perusahaan di setiap level organisasi.

Budaya Risiko

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

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

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

Risk Management Policy

The Company's Risk Management Policy generally refers to the provisions of OJK Regulation No. 44/POJK.05/2020, which outlines the following four pillars of risk management implementation:

1. *Active Supervision by the Board of Directors and Board of Commissioners – Defining the roles and responsibilities of the Board of Directors and the Board of Commissioners;*
2. *Adequacy of Risk Identification, Measurement, Control, and Monitoring Processes – Describing how the Company conducts risk management through these core processes across nine major risk types;*
3. *Risk Management Information System – Describing how information technology supports the risk management function; and*
4. *Comprehensive Internal Control System – Ensuring effective internal controls over inherent risks at all levels of the organization.*

Risk Culture

Hanwha Life Indonesia incorporates risk management as an integral part of its corporate culture and decision-making processes. A strong risk culture is regarded as the key and fundamental foundation for the Company's long-term success.

Risk culture refers to the awareness, shared understanding, attitudes, and behaviors of all employees toward risk. A strong risk culture promotes sound decision-making, enhances the effectiveness of risk management, and ensures that excessive risk-taking is appropriately assessed, escalated, and mitigated in a timely manner.

The Company embeds its risk culture through the adoption of the three lines of defense philosophy, ensuring clear risk accountability throughout the organization. The Risk Management Unit serves as the second line of defense.

Penguatan budaya manajemen risiko dilakukan dengan memberikan sosialisasi *awareness* Manajemen Risiko, kuis karyawan, serta pendekatan lainnya yang bertujuan meningkatkan dan menguatkan budaya sadar risiko di Perusahaan.

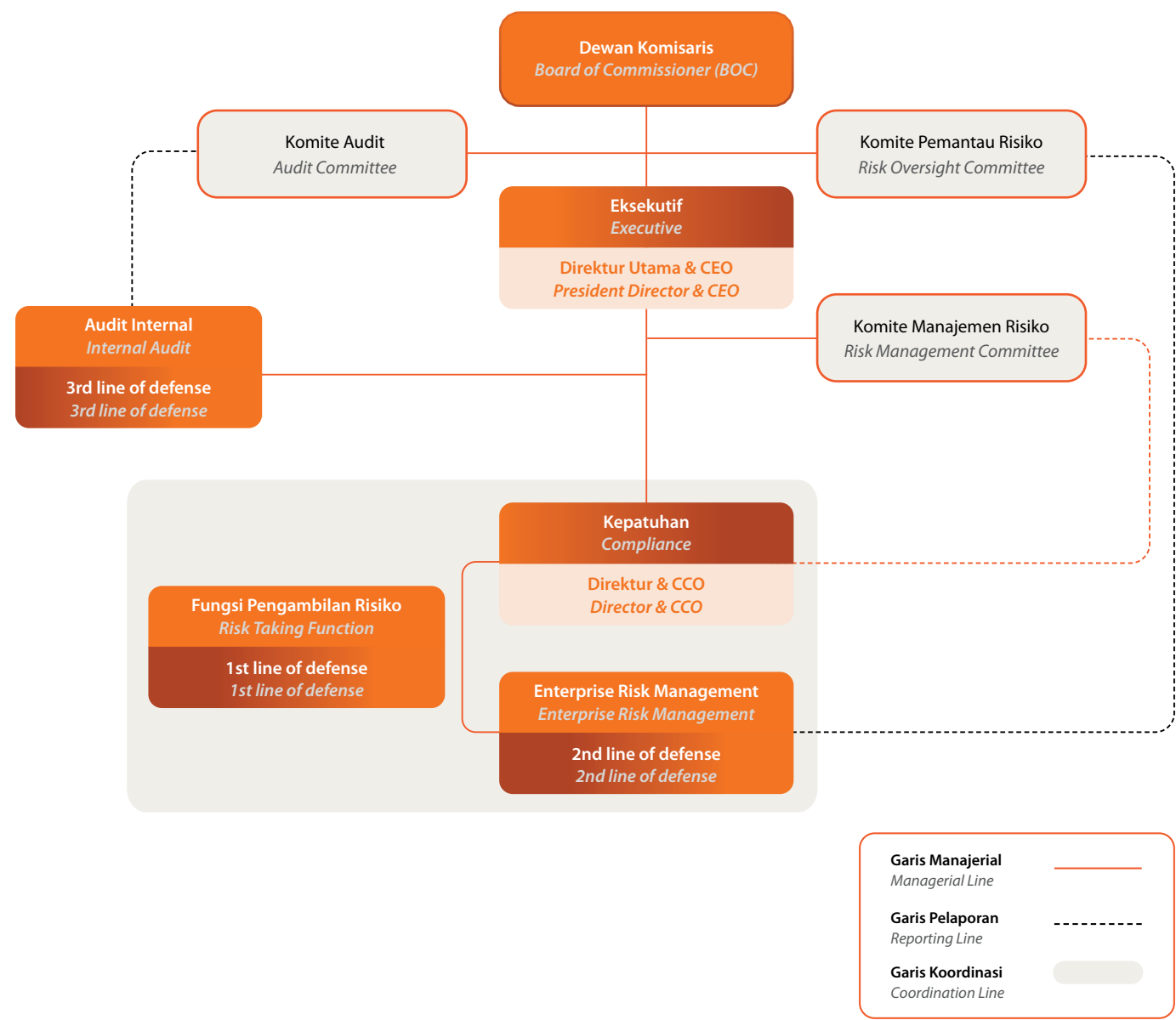
Risk culture is further reinforced through various initiatives such as awareness campaigns, employee quizzes, and other approaches aimed at strengthening a risk-conscious mindset throughout the Company.

Struktur Organisasi Manajemen Risiko

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

Risk Management Organizational Structure

The risk management process is conducted by an independent Risk Management Unit, separate from business operations. This unit is responsible for designing a comprehensive risk management framework to identify, measure, monitor, and control risks, as well as to report on the Company's risk profile and soundness level.



Budaya Perusahaan

Corporate Culture

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

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

Sebagai wujud komitmen manajemen untuk terus memberikan bimbingan, menjadi panutan dan membangun komunikasi kepada seluruh karyawan untuk memastikan H-Standard tidak hanya tercermin dalam Pedoman/Prosedur; tetapi juga diimplementasikan dengan baik dalam aktivitas bisnis sehari-hari. Komitmen tersebut kemudian diwujudkan dengan menyampaikan pesan filosofis melalui video sebagai contoh dedikasi mereka dalam mempraktikkan H-Standards.

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

Budaya risiko di Hanwha Life Indonesia berkaitan erat dengan Nilai-nilai Inti Hanwha. Sebagai bentuk sosialisasi sekaligus peningkatan kesadaran pegawai akan pentingnya Budaya Manajemen Risiko yang berkorelasi dengan *Core Values* Hanwha, Direktur & Chief Culture Officer telah menyampaikan pentingnya budaya risiko di lingkungan Perusahaan melalui video sebagai bentuk implementasi manajemen puncak dari Direksi Perseroan.

Sebagai bagian dari komitmen untuk menerapkan prinsip Tata Kelola Perusahaan yang Baik secara konsisten, pada tahun 2024 jajaran Direksi, Chief, dan perwakilan karyawan menandatangani Deklarasi Komitmen atas Penerapan H-Standard di Kantor Pusat Hanwha Life Indonesia. Kegiatan ini menegaskan bahwa H-Standard tidak hanya diperkenalkan saat perayaan ulang tahun Perusahaan ke-9 pada tahun 2022, tetapi juga terus dihidupi dan diimplementasikan dalam aktivitas bisnis sehari-hari sebagai perwujudan budaya kerja yang selaras dengan nilai-nilai Perusahaan.

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

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

As a form of management's commitment to continue to provide guidance, be a role model and build communication to all employees to ensure that the H-Standard is not only reflected in the Guidelines/Procedures; but also implemented well in daily business activities. This commitment was then realized by conveying a philosophical message via video as an example of their dedication to put H-Standards into practice.

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

Hanwha Life Indonesia's risk culture is closely tied to Hanwha's core values. As an act of dissemination as well as increasing employee awareness regarding the importance of Risk Management Culture which correlates with Hanwha Core Values, Director & Chief Culture Officer has conveyed the importance of embodied risk culture within the Company through video as tone of the top implementation from Company's Directors.

As part of the Company's ongoing commitment to consistently implement the principles of Good Corporate Governance, in 2024 the Board of Directors, Chiefs, and employee representatives signed the Declaration of Commitment to the Implementation of H-Standard at Hanwha Life Indonesia's Head Office. This activity reinforces that the H-Standard, first introduced during the Company's 9th Anniversary celebration in 2022, continues to be embraced and implemented in day-to-day business activities as a manifestation of a work culture aligned with the Company's core values.



Pada tanggal 24 Oktober 2024, Direksi bersama perwakilan karyawan dan tenaga penjualan menandatangani Pernyataan Komitmen Etika Bisnis Pemasaran. Kegiatan ini merupakan kelanjutan dan penguatan dari implementasi H-Standard, khususnya dalam konteks aktivitas pemasaran dan interaksi dengan nasabah.

Sebagaimana tercantum dalam H-Standard, setiap karyawan dan tenaga penjualan dituntut untuk menunjukkan integritas, profesionalisme, dan dedikasi dalam setiap aspek pekerjaan, termasuk dalam menjalankan kegiatan pemasaran. Penandatanganan ini menegaskan bahwa standar etika tidak hanya berlaku secara umum dalam lingkungan internal, tetapi juga menjadi komitmen bersama dalam membangun hubungan yang transparan, bertanggung jawab, dan terpercaya dengan para nasabah dan mitra bisnis.



On October 24, 2024, the Board of Directors, along with representatives from employees and sales personnel, signed the Statement of Commitment to Ethical Business Conduct in Marketing. This activity serves as a continuation and reinforcement of the implementation of the H-Standard, particularly in the context of marketing activities and interactions with customers.

As outlined in the H-Standard, every employee and sales personnel is expected to demonstrate integrity, professionalism, and dedication in all aspects of their work, including in conducting marketing activities. This signing underscores that ethical standards are not only applied internally but also represent a shared commitment to building transparent, responsible, and trustworthy relationships with customers and business partners.



Dengan demikian, komitmen ini merupakan bagian integral dari budaya perusahaan yang berbasis pada nilai-nilai Hanwha dan mencerminkan keseriusan Hanwha Life Indonesia dalam menjaga reputasi serta kepatuhan terhadap tata kelola perusahaan yang baik.



Thus, this commitment is an integral part of the corporate culture based on Hanwha's core values and reflects Hanwha Life Indonesia's strong dedication to maintaining its reputation and adherence to good corporate governance principles.

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.

Untuk menjalankan fungsinya tersebut, sepanjang tahun 2024, Dewan Komisaris Perusahaan telah melakukan hal-hal di bawah ini:

- 1. Meninjau dan memberikan masukan atas kinerja Perusahaan melalui media Rapat Dewan Komisaris paling sedikit 1 (satu) kali dalam sebulan atau sesuai dengan ketentuan yang berlaku;

Frekuensi rapat Dewan Komisaris yang diselenggarakan selama tahun 2024 adalah sebagai berikut:

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.

Throughout 2024, in order to implement its function, the Board of Commissioners has conducted the following:

- 1. Review and provide input on the Company's performance through the Board of Commissioners Meeting at least once a month or as stipulated by prevailing regulations;

The frequency of the Board of Commissioners meetings held during 2024 is as follows:

No.	Nama Name	Jabatan Title	Jumlah Rapat Komisaris (17 Kali Rapat) ¹⁾ Total BOC Meeting		% Kehadiran Attendance
			Jumlah Kehadiran Total Attendance		
			Fisik Physical	Media Elektronik Lainnya Other Electronic Media	
1	Kim Dongwook	Ketua Komite Committee Chairman	4	13	100%
2	Budijanto Soedarpo	Anggota Komite Committee Member	4	13	100%
3	Muhamad Ichsan ²⁾	Anggota Komite Committee Member	4	13	100%
4	Heryanto Eko Purnomo ³⁾	Anggota Komite Committee Member	0	0	0%

1) Rapat fisik dilaksanakan sebanyak 4 (empat) kali dan Keputusan Sirkuler sebanyak 13 (tiga belas) kali
Physical meetings were held 4 (four) times and Circular Decisions were held 13 (thirteen) times.

2) Yang bersangkutan berhenti menjabat efektif sejak 23 Desember 2024.
He's no longer serves effective as of 23 December 2024.

3) Yang bersangkutan efektif menjabat sejak 23 Desember 2024, sedangkan rapat Dewan Komisaris terakhir kali dilaksanakan pada tanggal 19 Desember 2024 sehingga belum pernah mengikuti rapat sepanjang tahun 2024.
He has been serves effectively since 23 December 2024, while the last meeting of the Board of Commissioners was held on 19 December 2024, so he has never attended a meeting throughout 2024.

- | | |
|---|---|
| <ol style="list-style-type: none"> 2. Meninjau, memberikan masukan dan persetujuan atas Laporan Tahunan Perusahaan. 3. Menghadiri Rapat Dewan Komisaris dengan Kantor Akuntan Publik. 4. Memberikan usulan penunjukan Kantor Akuntan Publik Tahun Buku 2024 kepada pemegang saham. 5. Meninjau, memberikan masukan dan persetujuan atas: <ol style="list-style-type: none"> (i). Realisasi Rencana Bisnis 2024 pada periode semester I dan II; (ii). Rencana Bisnis Perusahaan Tahun Buku 2025; (iii). Rencana Aksi Keuangan Berkelanjutan 2025; (iv). Menghadiri Rapat Komite Audit secara berkala serta memberikan masukan dan tinjauan atas aktivitas komite tersebut, termasuk memberikan masukan dan persetujuan atas Rencana Kerja Tahunan Internal Audit Perusahaan; dan (v). Menghadiri Rapat Komite Pemantau Risiko secara berkala serta memberikan masukan dan tinjauan atas aktivitas komite tersebut, serta memberikan masukan dan persetujuan yang diperlukan sesuai ketentuan yang berlaku. | <ol style="list-style-type: none"> 2. <i>Reviewing, providing input, and approving the Company's Annual Report.</i> 3. <i>Attending Board of Commissioners meetings with the Public Accounting Firm.</i> 4. <i>Proposing the appointment of the Public Accounting Firm for Fiscal Year 2024 to the shareholders.</i> 5. <i>Review, provide input and approval on:</i> <ol style="list-style-type: none"> (i). <i>The realization of the 2024 Business Plan for the first and second semesters;</i> (ii). <i>The Company's Business Plan for Fiscal Year 2025;</i> (iii). <i>The 2025 Sustainable Finance Action Plan;</i> (iv). <i>Periodically attending Audit Committee meetings and providing input and review of the committee's activities, including input and approval of the Company's Internal Audit Annual Work Plan; and</i> (v). <i>Periodically attending Risk Monitoring Committee meetings and providing input and review of the committee's activities, as well as providing necessary input and approvals in accordance with prevailing regulations.</i> |
|---|---|



HANWHA PLATINUM LIFE PLAN

Kendala yang Dihadapi Perusahaan

Challenges Faced by the Company

Tahun 2024 merupakan periode yang penuh tantangan bagi industri asuransi jiwa, termasuk bagi Hanwha Life Insurance Indonesia. Beberapa perusahaan di industri ini mencatat penurunan penerimaan premi, seiring dengan kondisi ekonomi global yang belum stabil, meningkatnya tensi geopolitik akibat konflik di berbagai wilayah dunia, serta dinamika politik dalam negeri menjelang pemilihan umum. Situasi ini menyebabkan masyarakat lebih berhati-hati dalam membelanjakan dana mereka, dan memprioritaskan kebutuhan pokok dibandingkan pembelian produk asuransi.

Secara umum, tantangan yang dihadapi Perusahaan selama tahun 2024 dapat dikelompokkan sebagai berikut:

1. Tantangan dalam Bisnis Asuransi

A. Rendahnya Kesadaran Berasuransi di Masyarakat

Kesadaran masyarakat terhadap pentingnya perlindungan asuransi masih tergolong rendah. Hal ini disebabkan oleh tingkat pendidikan dan literasi keuangan yang belum merata, serta pandangan jangka pendek dalam pengelolaan keuangan pribadi. Tantangan ini merupakan isu jangka panjang yang memerlukan kolaborasi antara pelaku industri, regulator, dan pemangku kepentingan lainnya.

B. Kendala dalam Perekrutan Tenaga Pemasar

Profesi agen asuransi jiwa belum menjadi pilihan utama bagi pencari kerja di Indonesia. Rendahnya minat ini dipengaruhi oleh tantangan dalam menjual produk asuransi, keterbatasan pengetahuan, serta stigma terhadap profesi agen asuransi. Banyak tenaga pemasar yang menjalani profesi ini secara paruh waktu, sehingga alokasi waktu dan fokus terhadap aktivitas pemasaran menjadi terbatas.

C. Persaingan yang Semakin Ketat

Jumlah pelaku usaha di industri asuransi jiwa yang terus bertambah mengakibatkan intensitas persaingan yang semakin tinggi, terutama dalam merebut pasar yang masih terbatas. Beberapa isu yang mencuat di industri turut mempengaruhi tingkat kepercayaan masyarakat terhadap produk dan layanan asuransi.

D. Rasio Klaim yang Melebihi Proyeksi

Selama tahun 2024, Perusahaan menerima volume bisnis kesehatan kumpulan yang lebih tinggi dari target. Namun demikian, rasio klaim aktual dari lini bisnis ini juga melampaui proyeksi. Perusahaan telah melakukan evaluasi menyeluruh terhadap proses *underwriting* dan terus memantau tren pasar guna memastikan pengelolaan risiko yang efektif, agar dampak terhadap kinerja keuangan tetap terkendali.

The year 2024 presented numerous challenges for the life insurance industry, including Hanwha Life Insurance Indonesia. Several industry players recorded a decline in premium income, largely driven by an unstable global economy, heightened geopolitical tensions due to conflicts in various parts of the world, and domestic political dynamics surrounding the general election. These conditions led the public to become more cautious in managing their finances, prioritizing essential needs over the purchase of insurance products.

In general, the challenges faced by the Company throughout 2024 can be grouped into the following categories:

1. Challenges in the Insurance Business

A. Low Public Awareness of Insurance

Public awareness regarding the importance of insurance remains low, primarily due to uneven levels of education and financial literacy, along with a short-term mindset in personal financial planning. This remains a long-term issue that requires collaboration among industry players, regulators, and other stakeholders.

B. Difficulties in Recruiting Sales Agents

The profession of life insurance agent has yet to become a preferred career choice among job seekers in Indonesia. This is influenced by the challenges of selling insurance products, limited knowledge in the field, and a lingering stigma around the profession. Many agents view the role as a part-time job, resulting in limited time and focus dedicated to exploring business opportunities.

C. Intensifying Industry Competition

The growing number of life insurance providers has led to increasingly fierce competition, particularly in a market that has yet to reach optimal penetration. Moreover, negative issues affecting certain insurers have impacted public trust in insurance products and services more broadly.

D. Higher-Than-Expected Claim Ratios

In 2024, the Company received a greater volume of group health business than projected. However, the actual claim ratio for this line of business exceeded expectations. The Company has conducted a thorough evaluation of its underwriting process and continues to monitor market trends to manage these risks effectively and ensure that the financial impact remains under control.

2. Tantangan dalam Daya Beli Masyarakat

A. Menurunnya Daya Beli dan Penyusutan Kelas Menengah

Asuransi belum menjadi kebutuhan utama bagi sebagian besar masyarakat Indonesia. Penurunan jumlah masyarakat kelas menengah pada tahun 2024, sebagaimana dilaporkan oleh beberapa lembaga riset, mempersempit potensi pasar asuransi. Sementara itu, segmen menengah ke atas yang menjadi sasaran utama industri asuransi semakin terbatas dan kompetitif.

B. Dampak Pemilihan Umum terhadap Perilaku Konsumen

Agenda pemilihan umum presiden turut memengaruhi keputusan finansial masyarakat. Meskipun proses pemilu berjalan dengan relatif lancar, masyarakat cenderung bersikap “wait and see” dalam mengambil keputusan pembelian produk keuangan dan investasi. Sikap kehati-hatian ini turut mempengaruhi kinerja pemasaran Perusahaan, seiring dengan meningkatnya penundaan keputusan pembelian oleh calon nasabah.

3. Tantangan dalam Kondisi Investasi Global

Kinerja pasar investasi global selama tahun 2024 dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti konflik geopolitik, perlambatan pertumbuhan ekonomi, dan ketidakpastian global yang terus berlanjut. Kondisi ini berdampak langsung terhadap kinerja produk asuransi yang dikaitkan dengan investasi (*unit-linked*), serta menurunkan minat masyarakat terhadap produk-produk tersebut.

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

- (i). Perusahaan tetap memperkuat fungsi rekrutmen, pelatihan dan aktivitas yang menunjang pengembangan tenaga pemasar. Target rekrutmen, program-program training baru dan target aktivitas akan diterapkan dan menjadi sasaran yang harus dicapai oleh divisi, departemen atau individu yang bertanggung jawab.
- (ii). Perusahaan melakukan literasi dan inklusi keuangan seperti diamanatkan regulator. Perusahaan bekerjasama dengan perusahaan rekanan dalam melakukan kegiatan ini untuk menjangkau sasaran yang lebih luas.
- (iii). Perusahaan menargetkan pasar menengah ke atas yang memiliki daya beli yang lebih tinggi dan lebih stabil. Hal ini juga disesuaikan dengan program dan inisiatif yang dilakukan Perusahaan. Perusahaan juga memastikan peluncuran produk-produk baru yang sesuai dengan daya beli dan kebutuhan pasar.
- (iv). Perusahaan mengelola risiko klaim dengan lebih ketat untuk menjaga rasio klaim khususnya dari lini kesehatan kumpulan, agar tetap dalam batas yang wajar.
- (v). Perusahaan memperkuat fungsi teknologi informasi untuk memastikan rencana dan proyek-proyek digital dapat tercapai dan menunjang untuk pertumbuhan. Pencapaian tim teknologi informasi atas beberapa hal ini diharapkan berimplikasi kepada target-target utama Perusahaan yang lain seperti pencapaian premi, kepuasan layanan kepada nasabah dan lainnya.

2. Challenges in Consumer Purchasing Power

A. Decline in Purchasing Power and Shrinking Middle Class

Insurance has yet to become a primary or even secondary need for most Indonesian consumers. The shrinking size of the middle class, as reported in several 2024 research studies, has reduced the potential market for insurance. Meanwhile, the upper-middle segment — a key target for insurers — remains small and highly contested.

B. Election-Driven Caution in Financial Decision-Making

The presidential election also affected consumer behavior in financial and investment decisions. Although the election proceeded relatively smoothly, the public adopted a “wait-and-see” attitude, delaying spending decisions until the results and public response became clearer. This cautious sentiment also affected the Company’s marketing performance, as many prospective customers chose to postpone insurance purchases.

3. Challenges in the Global Investment Environment

Global investment performance in 2024 was impacted by ongoing geopolitical conflicts, slowing economic growth in several countries, and continued uncertainty in global markets. These factors directly influenced consumer interest in investment-linked insurance products, resulting in reduced demand for such offerings.

In response to these challenges, the Company has implemented a series of concrete and strategic measures, including the following:

- (i). The Company continues to strengthen its recruitment, training, and development functions to support the growth of its sales force. Recruitment targets, new training programs, and activity benchmarks have been set and will serve as performance objectives for the relevant divisions, departments, or individuals.
- (ii). The Company actively conducts financial literacy and inclusion initiatives as mandated by the regulator. These activities are carried out in collaboration with partner organizations to reach a broader target audience.
- (iii). The Company focuses on targeting the upper-middle market segment, which possesses higher and more stable purchasing power. This strategic focus is aligned with the Company’s initiatives and programs. In line with this, the Company also ensures the launch of new products that match the purchasing ability and needs of the market.
- (iv). The Company manages claim risks more stringently, particularly within the group health business line, to maintain claim ratios within a reasonable and sustainable range.
- (v). The Company is enhancing its information technology capabilities to ensure the successful implementation of digital plans and projects that support business growth. Achievements by the IT team in these areas are expected to positively impact other key Company targets, including premium acquisition, customer service satisfaction, and overall performance.

Kanal Distribusi dan Hasil Penjualan

Distribution Channels and Sales Results



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

1. 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.

2. 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.

3. 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.

4. E-Commerce/ Digital (Direct Marketing)

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.

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

1. Agency

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

2. Bancassurance

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

3. Group Life & Health

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

4. E-Commerce/Digital (Direct Marketing)

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

Melalui keempat kanal distribusi tersebut, berikut pencapaian hasil penjualan di tahun 2024.

Through these four distribution channels, following are the sales result in 2024.

No.	Lini Penjualan <i>Sales Line</i>	2024	Naik (turun) terhadap 2023 <i>Increase (decrease) against 2023</i>	%
1	Keagenan <i>Agency</i>	87,27	7,41	9%
2	Bancassurance <i>Bancassurance</i>	11,8	4,69	66%
3	Direct Marketing <i>Direct Marketing</i>	11,78	6,09	107%
4	Bisnis Grup <i>Group Business</i>	142,1	66,22	87%
TOTAL		252,95	84,4	50%

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa premi tumbuh di semua lini penjualan dengan tingkat pertumbuhan yang cukup impresif. Begitu pula terdapat tren yang baik di dalam semester kedua dibandingkan semester satu dalam tahun 2024. Beberapa catatan sehubungan dengan kinerja bisnis Perusahaan dan rencana-rencana tahun 2024 adalah sebagai berikut:

From the table above, it can be seen that premiums grew across all sales lines with a fairly impressive growth rate. There was also a positive trend in the second semester compared to the first semester of 2024. Several notes related to the Company's business performance and 2024 plans are as follows:

1. Lini keagenan tumbuh 9% tetapi belum memenuhi target Perusahaan. Kondisi pasar yang belum pulih ditambah tahun politik menyebabkan nasabah atau calon nasabah menunda pembelian produk asuransi. Hal ini dapat dilihat dari kecenderungan umum dimana selama tahun 2024, total premi asuransi jiwa mengalami penurunan.
2. Bisnis grup terutama dari bisnis kesehatan kumpulan menjadi kontributor terbesar dalam pencapaian premi Perusahaan dengan tumbuh lebih dari 87%. Bisnis kesehatan kumpulan memiliki karakteristik dan tantangan tersendiri dimana pengelolaan klaim menjadi hal yang krusial.
3. Bisnis *Bancassurance* juga tumbuh signifikan lebih dari 66%. Hal ini didorong oleh kerjasama yang lebih produktif dengan bank-bank rekanan. Bisnis *Bancassurance* ini juga akan menjadi tulang punggung pertumbuhan bisnis Perusahaan untuk jangka panjang.
4. *Direct marketing* tumbuh lebih dari dua kali lipat dibandingkan tahun 2023. Diadakannya inisiatif-inisiatif pemasaran mendorong pertumbuhan lini ini. Di masa depan kinerja lini pemasaran ini akan ditentukan oleh keberagaman produk dan inisiatif yang berkaitan dengan *social media* dan pemanfaatan teknologi.

1. The agency line grew by 9% but has not yet met the Company's target. The market has not fully recovered, and the political year has caused customers or potential customers to delay purchasing insurance products. This is reflected in the general trend that shows total life insurance premiums declined throughout 2024.
2. The group business, especially from group health insurance, became the largest contributor to the Company's premium achievement, growing by more than 87%. Group health insurance has its own characteristics and challenges, where effective claims management becomes crucial.
3. The bancassurance business also experienced significant growth of over 66%. This was driven by more productive partnerships with partner banks. The bancassurance business is expected to be the backbone of the Company's business growth in the long term.
4. Direct marketing grew more than double compared to 2023. The implementation of marketing initiatives supported the growth of this line. In the future, its performance will depend on product diversity and initiatives related to social media and technology utilization.



HANWHA PREMIER HEALTH CARE



Mulai dari Peng
Finansial Kuat,
Masa Depan Hebat

Komunitas Peduli Pendidikan

BINGKAI JALANAN

BINGKAI JALANAN

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan *Corporate Social Responsibility*

6



Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Corporate Social Responsibility

Sebagai wujud nyata dari komitmen terhadap tanggung jawab sosial perusahaan, Hanwha Life Indonesia secara konsisten menghadirkan berbagai program literasi finansial untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang pentingnya perencanaan keuangan, investasi yang bijak, dan perlindungan melalui asuransi.

Melalui inisiatif *Corporate Social Responsibility* (CSR), Hanwha Life terus berupaya memberdayakan berbagai lapisan masyarakat—mulai dari calon nasabah, agen asuransi, mahasiswa, hingga komunitas perempuan dan anak-anak—agar lebih siap menghadapi masa depan secara finansial. Berikut adalah beberapa kegiatan yang telah diselenggarakan:

As a concrete expression of its commitment to corporate social responsibility, Hanwha Life Indonesia consistently delivers various financial literacy programs aimed at increasing public awareness and understanding of the importance of financial planning, wise investment, and protection through insurance.

Through its CSR initiatives, Hanwha Life strives to empower diverse segments of society—from prospective policyholders, insurance agents, and university students to women and children's communities—so they are better prepared to face the future financially. The following are several programs that have been conducted:



1. KELUARGA BIAK, KEUANGAN TERJAGA

Hanwha Life Indonesia kembali mengadakan program literasi finansial pada tanggal 13 Juni 2024 di Kota Malang, yang kali ini mengusung tema "Keluarga Bijak, Keuangan Terjaga". Acara ini dihadiri oleh 30 peserta yang merupakan orang tua. Acara ini bertujuan memberikan informasi dan pengetahuan kepada para orangtua tentang cara bijak mengelola keuangan dalam lingkup keluarga.

1. SMART FAMILIES, SECURE FINANCES

Hanwha Life Indonesia launched its 2024 financial literacy programs with the event "Smart Families, Secure Finances" held in Malang on June 13, 2024. Attended by 30 participants who were primarily parents, this session aimed to provide insights and practical knowledge on managing household finances wisely, emphasizing the role of financial planning in building strong family financial foundations.



2. MENABUNG BERSAMA ANAK BINGKAI JALANAN

Hanwha Life Indonesia bekerja sama dengan Yayasan Bingkai Jalanan mengadakan acara literasi finansial yang penuh keceriaan di GOR Senen, Jakarta Pusat pada tanggal 22 Juni 2024. Literasi Finansial ini diikuti oleh 70 anak dan dikemas secara interaktif bersama pendongeng terkenal, Kak Tony Dongeng.

Anak-anak Bingkai Jalanan merupakan anak-anak yang kurang beruntung yang mendapatkan kesempatan untuk mengakses pendidikan formal melalui dukungan dan fasilitas yang disediakan oleh Yayasan Bingkai Jalanan.

2. SAVING TOGETHER WITH BINGKAI JALANAN CHILDREN

In collaboration with Yayasan Bingkai Jalanan, Hanwha Life Indonesia organized a cheerful financial literacy event at GOR Senen, Central Jakarta, on June 22, 2024. The event engaged 70 children from underprivileged backgrounds in an interactive session led by renowned storyteller Kak Tony Dongeng.

These children, supported by the foundation to access formal education, were introduced to the concept of saving and the value of money in a fun and age-appropriate way.



3. SELLING INSIGHT FOR BIGGER INCOME

Hanwha Life Indonesia kembali menunjukkan komitmennya dalam meningkatkan literasi finansial melalui program edukasi yang kali ini ditujukan kepada agen dan calon agen asuransi. Diselenggarakan secara daring pada 5 September 2024, kegiatan ini berhasil dihadiri oleh 26 peserta yang berasal dari berbagai wilayah di Indonesia.

3. SELLING INSIGHT FOR BIGGER INCOME

Hanwha Life Indonesia once again demonstrated its commitment to improving financial literacy through an educational program this time aimed at agents and prospective insurance agents. Held online on September 5, 2024, this activity was successfully attended by 26 participants from various regions in Indonesia.



4. **PREPARE YOUR LEGACY**

Literasi finansial merupakan salah satu program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Hanwha Life untuk mendukung masyarakat dalam memahami pengelolaan keuangan yang bijak. Program ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran calon nasabah tentang pentingnya perencanaan keuangan, investasi yang bertanggung jawab, dan perlindungan melalui asuransi.

Hanwha Life Indonesia sukses menggelar kegiatan literasi finansial dengan tema *"Prepare Your Legacy"* untuk calon nasabah di Pamor Resto, Bandung pada 18 September 2024. Acara yang dihadiri oleh 12 (duabelas) orang ini mengusung konsep *Customer Gathering*, menghadirkan suasana akrab untuk berdiskusi tentang pentingnya perencanaan keuangan dan asuransi jiwa.

4. **PREPARE YOUR LEGACY**

Financial literacy is one of Hanwha Life's Corporate Social Responsibility (CSR) programs to support people in understanding wise financial management. The program aims to raise awareness of prospective customers about the importance of financial planning, responsible investment, and protection through insurance.

Hanwha Life Indonesia successfully held a financial literacy activity with the theme "Prepare Your Legacy" for prospective customers at Pamor Resto, Bandung on September 18, 2024. The event, which was attended by 12 (twelve) people, carried the concept of Customer Gathering, presenting an intimate atmosphere to discuss the importance of financial planning and life insurance.



5. **TABUNGAN CINTA UNTUK MASA DEPAN, DARI IBU HEBAT**

Dalam rangka memperingati Hari Ibu, pada tanggal 18 Desember 2024, Hanwha Life Indonesia menggelar acara bertajuk *"Tabungan Cinta untuk Masa Depan, Dari Ibu Hebat"* di Pusat Perlindungan Perempuan dan Anak Provinsi DKI Jakarta (PPPA), Jakarta Timur. Kegiatan ini dihadiri lebih dari 100 (seratus) peserta yang terdiri dari ibu-ibu PKK, Dasa Wisma, serta berbagai komunitas perempuan lainnya.

Acara ini dirancang untuk meningkatkan literasi finansial, khususnya bagi para ibu sebagai pilar utama dalam pengelolaan keuangan keluarga. Melalui diskusi interaktif, peserta dibekali dengan wawasan tentang pentingnya menabung, perencanaan keuangan jangka panjang, dan strategi membangun masa depan yang lebih cerah untuk keluarga mereka.

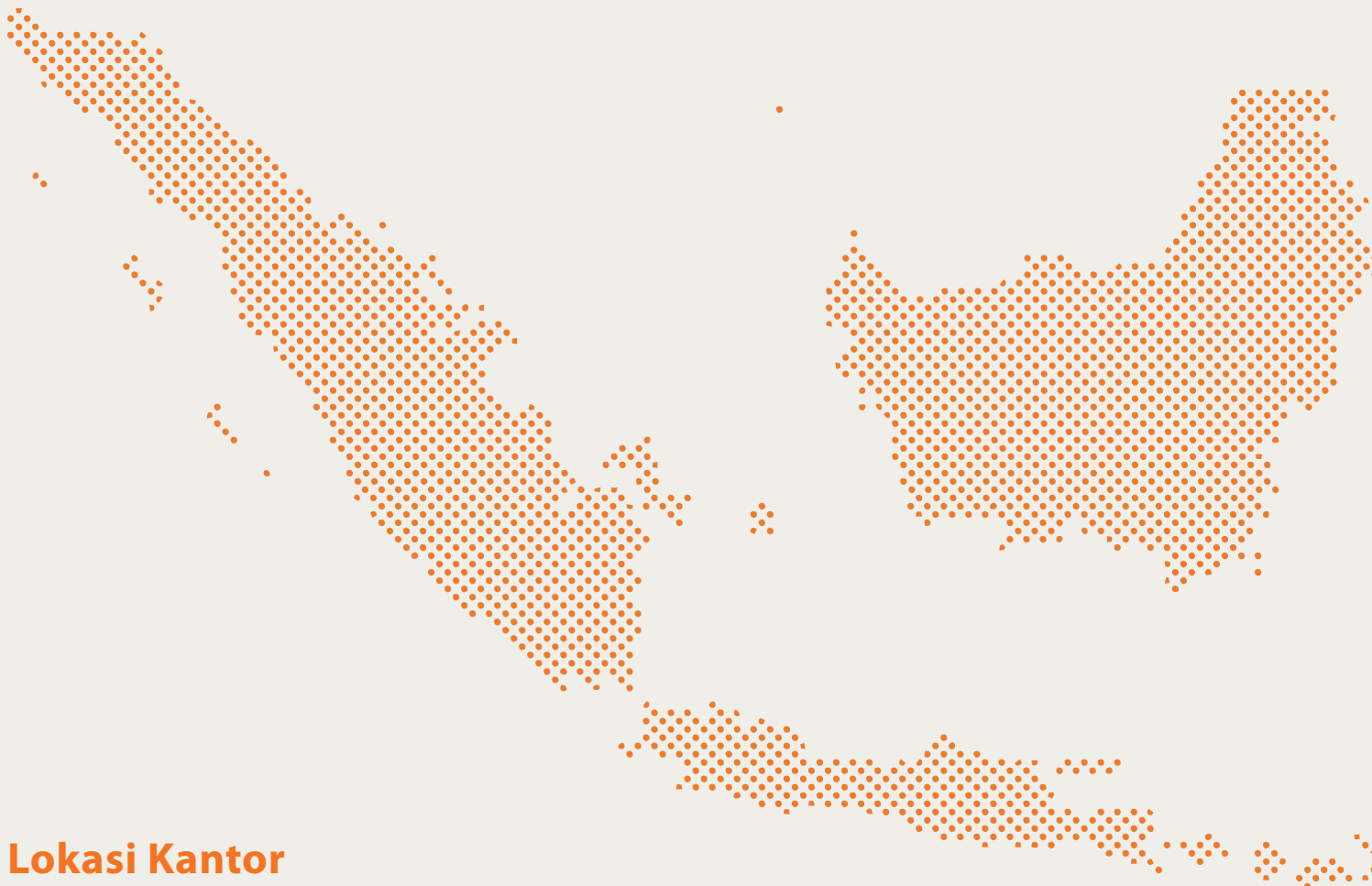
5. **LOVE SAVINGS FOR THE FUTURE, FROM GREAT MOTHERS**

In commemoration of Mother's Day, on December 18, 2024, Hanwha Life Indonesia held an event entitled "Love Savings for the Future, From Great Mothers" at the DKI Jakarta Provincial Center for Women and Children Protection (PPPA), East Jakarta. This activity was attended by more than 100 (one hundred) participants consisting of PKK mothers, Dasa Wisma, and various other women's communities.

The event was designed to improve financial literacy, especially for mothers as the main pillar in family financial management. Through interactive discussions, participants were equipped with insights on the importance of saving, long-term financial planning, and strategies to build a brighter future for their families.



HANWHA SAVING PROTECTION



Lokasi Kantor

Office Location

Alamat Kantor Pusat

Head Office Address

World Trade Center 1, 12th Floor
Jl. Jend. Sudirman Kav. 29, Jakarta 12920
Tel : 021 - 5081 6100
Fax : 021 - 5081 6111

Kantor Pelayanan

Customer Care Office

Permata Kuningan Building Ground Floor
Jl. Kuningan Mulya Kav. 9C, Jakarta 12980
Tel : 0800-111-8877 (Toll Free)

Kantor Pemasaran

Sales Office

Jakarta 1 & 2

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

Jakarta Wealth Lounge

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

Bekasi

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

Bogor

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

Bandung & Dream Plus Centre Bandung

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

Solo

Ruko Soepomo Blok E
Jl. Dr. Soepomo No.25 Mangkubumen,
Banjarsari, Surakarta 57139
Tel : 0271 747 2806

Yogyakarta

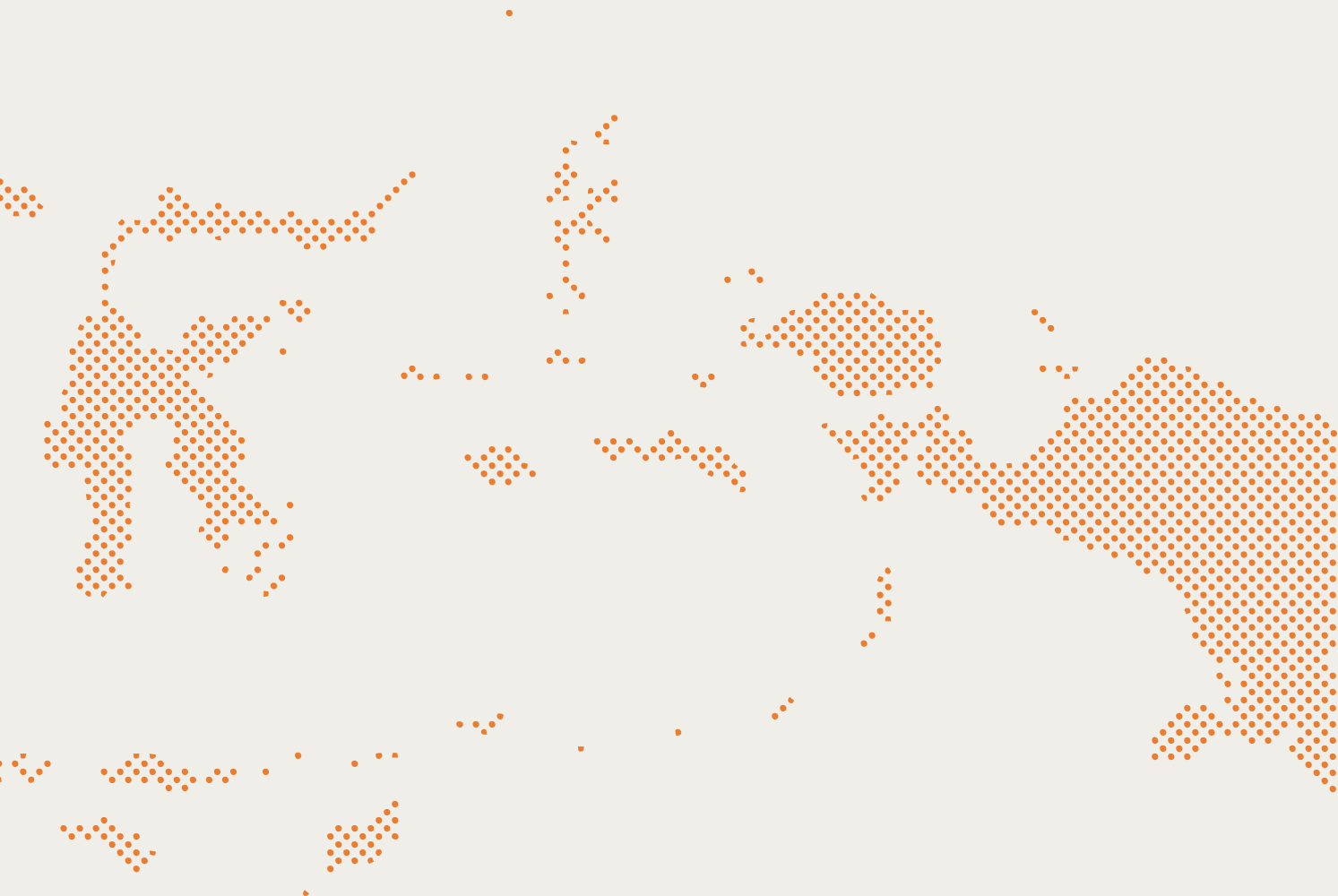
Jl. AM. Sangaji No. 79, Kel.Karangwaru, Kec.
Tegalrejo
Yogyakarta 55241
Tel : 0274 - 501 6326
Fax : 0274 - 501 6432

Surabaya

Gedung Graha Pacific, 8th Floor
Jl. Basuki Rahmat No. 87-91, Surabaya 60271
Tel : 031 - 992 99957
Fax : 031 - 9914 6421

Surabaya

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



Medan

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

Batam

Komplek Goldhill Blok A Nomor 3,
Jalan Laksamana Bintan Sei Panas Batam,
Kel. Sei Panas, Kec. Batam
Kota, Kota Batam 2943
Tel : 061 – 778 464 417

Kantor Pemasaran Mandiri

General / Independent Agency Office

Jakarta

Premier

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

Cilacap

GAO Cilacap

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

Tuban

IAO Mercy Nusantara Tuban

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

Surabaya

IAO Mercy Tiger Surabaya

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

Surabaya

GAO Genesis Surabaya

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

Malang

GAO Malang

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

Malang

GAO King Malang

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

Denpasar

Premier

Jl. Gatot Subroto Tengah No.80 unit 7
Denpasar, Bali 80231

Pontianak

GAO Jempol Pontianak

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

Medan

GAO Infinite Medan

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

Medan

GAO Fortune Medan Premier

Komplek CBD Polonia , Blok CC No. 19
Kel. Sukadamai, Kec. Medan Polonia,
Kota Medan, Sumatera Utara 20157

Pernyataan Tanggung Jawab

Statement of Responsibility

Laporan Tahunan Tahun Buku 2024 dan informasi lain yang terkait merupakan tanggung jawab penuh manajemen PT Hanwha Life Insurance Indonesia ("Hanwha Life Indonesia") serta dijamin kebenarannya oleh seluruh anggota Direksi dan Dewan Komisaris dengan membubuhkan tanda tangannya masing-masing di bawah ini.

Semua informasi yang disajikan dalam laporan tahunan oleh Hanwha Life Indonesia untuk tahun 2024 telah dimuat secara lengkap dan benar serta tidak menghilangkan informasi atau data material.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan data sebenarnya.

Jakarta, 19 Juni 2025

Annual Report fiscal year 2024 and other relevant information are the sole responsibility of management of PT Hanwha Life Insurance Indonesia ("Hanwha Life Indonesia") and its truth is guaranteed by all members of the Board of Directors and Board of Commissioners by provides each respective sign as below.

All information presented in the annual report by Hanwha Life Indonesia for the year 2024 have been fully and properly and do not omit material information or data.

This statement was made with actual data.

Jakarta, June 19, 2025

DEWAN KOMISARIS BOARD OF COMMISSIONERS

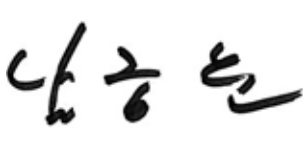

Budijanto Soedarpo
Komisaris Independen
Independent Commissioner


Kim Dongwook
Komisaris Utama
President Commissioner


Heryanto Eko Purnomo
Komisaris Independen
Independent Commissioner

DIREKSI BOARD OF DIRECTORS


Kim Si Jun
Direktur
Director


Namkoong Hoon
Direktur Utama
President Director


Alexander F. Widjanarko
Direktur
Director

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN
This Page is Intentionally Left Blank

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN
This Page is Intentionally Left Blank

This report is originally issued in Indonesian language.

No. : 00222/2.1315/AU.1/08/1017-3/1/IV/2025

Laporan Auditor Independen

Pemegang Saham, Dewan Komisaris dan Direksi
PT Hanwha Life Insurance Indonesia

Opini

Kami telah mengaudit laporan keuangan konsolidasian PT Hanwha Life Insurance Indonesia dan entitas anak ("Grup"), yang terdiri dari laporan posisi keuangan konsolidasian tanggal 31 Desember 2024, serta laporan laba rugi dan penghasilan komprehensif lain konsolidasian, laporan perubahan ekuitas konsolidasian, dan laporan arus kas konsolidasian untuk tahun yang berakhir pada tanggal tersebut, serta catatan atas laporan keuangan konsolidasian, termasuk informasi kebijakan akuntansi material.

Menurut opini kami, laporan keuangan konsolidasian terlampir menyajikan secara wajar, dalam semua hal yang material, posisi keuangan konsolidasian Grup tanggal 31 Desember 2024, serta kinerja keuangan konsolidasian dan arus kas konsolidasiannya untuk tahun yang berakhir pada tanggal tersebut, sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan di Indonesia.

Basis Opini

Kami melaksanakan audit kami berdasarkan Standar Audit yang ditetapkan oleh Institut Akuntan Publik Indonesia. Tanggung jawab kami menurut standar tersebut diuraikan lebih lanjut dalam paragraf Tanggung Jawab Auditor terhadap Audit atas Laporan Keuangan Konsolidasian pada laporan kami. Kami independen terhadap Grup berdasarkan ketentuan etika yang relevan dalam audit kami atas laporan keuangan konsolidasian di Indonesia, dan kami telah memenuhi tanggung jawab etika lainnya berdasarkan ketentuan tersebut. Kami yakin bahwa bukti audit yang telah kami peroleh adalah cukup dan tepat untuk menyediakan suatu basis bagi opini audit kami.

Informasi Lain

Manajemen bertanggung jawab atas informasi lain. Informasi lain terdiri dari informasi keuangan yang tercantum dalam laporan tahunan, tetapi tidak mencantumkan laporan keuangan konsolidasian dan laporan auditor kami. Laporan tahunan diharapkan akan tersedia bagi kami setelah tanggal laporan auditor ini.

Opini kami atas laporan keuangan konsolidasian tidak mencakup informasi lain, dan oleh karena itu, kami tidak menyatakan bentuk keyakinan apapun atas informasi lain tersebut.

Independent Auditors' Report

*The Shareholders, Board of Commissioners and Directors
PT Hanwha Life Insurance Indonesia*

Opinion

We have audited the consolidated financial statements of PT Hanwha Life Insurance Indonesia and its subsidiaries ("the Group"), which comprise the consolidated statement of financial position as at December 31, 2024, and the consolidated statement of profit or loss and other comprehensive income, consolidated statement of changes in equity and consolidated statement of cash flows for the year then ended, and notes to the consolidated financial statements, including material accounting policy information.

In our opinion, the accompanying consolidated financial statements present fairly, in all material respects, the consolidated financial position of the Group as at December 31, 2024, and its consolidated financial performance and its consolidated cash flows for the year then ended, in accordance with Indonesian Financial Accounting Standards.

Basis for Opinion

We conducted our audit in accordance with Standards on Auditing established by the Indonesian Institute of Certified Public Accountants. Our responsibilities under those standards are further described in the Auditors' Responsibilities for the Audit of the Consolidated Financial Statements paragraph of our report. We are independent of the Group in accordance with the ethical requirements that are relevant to our audit of the consolidated financial statements in Indonesia, and we have fulfilled our other ethical responsibilities in accordance with these requirements. We believe that the audit evidence we have obtained is sufficient and appropriate to provide a basis for our opinion.

Other Information

Management is responsible for the other information. The other information comprises the financial information included in the annual report, but does not include the consolidated financial statements and our auditor report thereon. The annual report is expected to be made available to us after the date of this auditors' report.

Our opinion on the consolidated financial statements does not cover the other information and we will not express any form of assurance conclusion thereon.

Informasi Lain (Lanjutan)

Sehubungan dengan audit kami atas laporan keuangan konsolidasian, tanggung jawab kami adalah untuk membaca informasi lain yang teridentifikasi di atas, jika tersedia dan, dalam melaksanakannya, mempertimbangkan apakah informasi lain mengandung ketidakkonsistensian material dengan laporan keuangan konsolidasian atau pemahaman yang kami peroleh selama audit, atau mengandung kesalahan penyajian material.

Ketika kami akan membaca laporan tahunan, jika kami menyimpulkan bahwa terdapat suatu kesalahan penyajian material di dalamnya, kami diharuskan untuk mengomunikasikan hal tersebut kepada pihak yang bertanggung jawab atas tata kelola dan mengambil tindakan tepat berdasarkan Standar Audit yang ditetapkan oleh Institut Akuntan Publik Indonesia.

Tanggung Jawab Manajemen dan Pihak yang Bertanggung Jawab atas Tata Kelola terhadap Laporan Keuangan Konsolidasian

Manajemen bertanggung jawab atas penyusunan dan penyajian wajar laporan keuangan konsolidasian tersebut sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan di Indonesia, dan atas pengendalian internal yang dianggap perlu oleh manajemen untuk memungkinkan penyusunan laporan keuangan konsolidasian yang bebas dari kesalahan penyajian material, baik yang disebabkan oleh kecurangan maupun kesalahan.

Dalam penyusunan laporan keuangan konsolidasian, manajemen bertanggung jawab untuk menilai kemampuan Grup dalam mempertahankan kelangsungan usahanya, mengungkapkan, sesuai dengan kondisinya, hal-hal yang berkaitan dengan kelangsungan usaha, dan menggunakan basis akuntansi kelangsungan usaha, kecuali manajemen memiliki intensi untuk melikuidasi Grup atau menghentikan operasi, atau tidak memiliki alternatif yang realistis selain melaksanakannya.

Pihak yang bertanggung jawab atas tata kelola bertanggung jawab untuk mengawasi proses pelaporan keuangan Grup.

Tanggung Jawab Auditor terhadap Audit atas Laporan Keuangan Konsolidasian

Tujuan kami adalah untuk memperoleh keyakinan memadai tentang apakah laporan keuangan konsolidasian secara keseluruhan bebas dari kesalahan penyajian material, baik yang disebabkan oleh kecurangan maupun kesalahan, dan untuk menerbitkan laporan auditor yang mencakup opini kami. Keyakinan memadai merupakan suatu tingkat keyakinan tinggi, namun bukan merupakan suatu jaminan bahwa audit yang dilaksanakan berdasarkan Standar Audit akan selalu mendeteksi kesalahan penyajian material ketika hal tersebut ada. Kesalahan penyajian dapat disebabkan oleh kecurangan maupun kesalahan dan dianggap material jika, baik secara individual maupun secara agregat, dapat diekspektasikan secara wajar akan memengaruhi keputusan ekonomi yang diambil oleh pengguna berdasarkan laporan keuangan konsolidasian tersebut.

Other Information (Continued)

In connection with our audit of the consolidated financial statements, our responsibility is to read the other information identified above when it becomes available and, in doing so, consider whether the other information is materially inconsistent with the consolidated financial statements or our knowledge obtained in the audit, or otherwise appears to be materially misstated.

When we will read the annual report, if we conclude that there is a material misstatement therein, we are required to communicate the matter to those charged with governance and take appropriate actions in accordance with Standards on Auditing established by the Indonesian Institute of Certified Public Accountants.

Responsibilities of Management and Those Charged with Governance for the Consolidated Financial Statements

Management is responsible for the preparation and fair presentation of the consolidated financial statements in accordance with Indonesian Financial Accounting Standards, and for such internal control as management determines is necessary to enable the preparation of consolidated financial statements that are free from material misstatement, whether due to fraud or error.

In preparing the consolidated financial statements, management is responsible for assessing the Group's ability to continue as a going concern, disclosing, as applicable, matters related to going concern and using the going concern basis of accounting unless management either intends to liquidate the Group or to cease operations, or has no realistic alternative but to do so.

Those charged with governance are responsible for overseeing the Group's financial reporting process.

Auditors' Responsibilities for the Audit of the Consolidated Financial Statements

Our objectives are to obtain reasonable assurance about whether the consolidated financial statements as a whole are free from material misstatement, whether due to fraud or error, and to issue an auditors' report that includes our opinion. Reasonable assurance is a high level of assurance, but is not a guarantee that an audit conducted in accordance with Standards on Auditing will always detect a material misstatement when it exists. Misstatements can arise from fraud or error and are considered material if, individually or in the aggregate, they could reasonably be expected to influence the economic decisions of users taken on the basis of these consolidated financial statements.

Tanggung Jawab Auditor terhadap Audit atas Laporan Keuangan Konsolidasian (Lanjutan)

Sebagai bagian dari suatu audit berdasarkan Standar Audit, kami menerapkan pertimbangan profesional dan mempertahankan skeptisisme profesional selama audit. Kami juga:

- Mengidentifikasi dan menilai risiko kesalahan penyajian material dalam laporan keuangan konsolidasian, baik yang disebabkan oleh kecurangan maupun kesalahan, mendesain dan melaksanakan prosedur audit yang responsif terhadap risiko tersebut, serta memperoleh bukti audit yang cukup dan tepat untuk menyediakan basis bagi opini kami. Risiko tidak terdeteksinya kesalahan penyajian material yang disebabkan oleh kecurangan lebih tinggi dari yang disebabkan oleh kesalahan, karena kecurangan dapat melibatkan kolusi, pemalsuan, penghilangan secara sengaja, pernyataan salah, atau pengabaian pengendalian internal.
- Memperoleh suatu pemahaman tentang pengendalian internal yang relevan dengan audit untuk mendesain prosedur audit yang tepat sesuai dengan kondisinya, tetapi bukan untuk tujuan menyatakan opini atas keefektifitasan pengendalian internal Grup.
- Mengevaluasi ketepatan kebijakan akuntansi yang digunakan serta kewajaran estimasi akuntansi dan pengungkapan terkait yang dibuat oleh manajemen.
- Menyimpulkan ketepatan penggunaan basis akuntansi kelangsungan usaha oleh manajemen dan, berdasarkan bukti audit yang diperoleh, apakah terdapat suatu ketidakpastian material yang terkait dengan peristiwa atau kondisi yang dapat menyebabkan keraguan signifikan atas kemampuan Grup untuk mempertahankan kelangsungan usahanya. Ketika kami menyimpulkan bahwa terdapat suatu ketidakpastian material, kami diharuskan untuk menarik perhatian dalam laporan auditor kami ke pengungkapan terkait dalam laporan keuangan konsolidasian atau, jika pengungkapan tersebut tidak memadai, harus menentukan apakah perlu untuk memodifikasi opini kami. Kesimpulan kami didasarkan pada bukti audit yang diperoleh hingga tanggal laporan auditor kami. Namun, peristiwa atau kondisi masa depan dapat menyebabkan Grup tidak dapat mempertahankan kelangsungan usaha.
- Mengevaluasi penyajian, struktur, dan isi laporan keuangan konsolidasian secara keseluruhan, termasuk pengungkapannya, dan apakah laporan keuangan konsolidasian mencerminkan transaksi dan peristiwa yang mendasarinya dengan suatu cara yang mencapai penyajian wajar.
- Memperoleh bukti audit yang cukup dan tepat terkait informasi keuangan entitas atau aktivitas bisnis dalam Grup untuk menyatakan opini atas laporan keuangan konsolidasian. Kami bertanggung jawab atas arahan, supervisi, dan pelaksanaan audit Grup. Kami tetap bertanggung jawab sepenuhnya atas opini audit kami.

Auditors' Responsibilities for the Audit of the Consolidated Financial Statements (Continued)

As part of an audit in accordance with Standards on Auditing, we exercise professional judgment and maintain professional skepticism throughout the audit. We also:

- Identify and assess the risks of material misstatement of the consolidated financial statements, whether due to fraud or error, design and perform audit procedures responsive to those risks, and obtain audit evidence that is sufficient and appropriate to provide a basis for our opinion. The risk of not detecting a material misstatement resulting from fraud is higher than for one resulting from error, as fraud may involve collusion, forgery, intentional omissions, misrepresentations, or the override of internal control.
- Obtain an understanding of internal control relevant to the audit in order to design audit procedures that are appropriate in the circumstances, but not for the purpose of expressing an opinion on the effectiveness of the Group's internal control.
- Evaluate the appropriateness of accounting policies used and the reasonableness of accounting estimates and related disclosures made by management.
- Conclude on the appropriateness of management's use of the going concern basis of accounting and, based on the audit evidence obtained, whether a material uncertainty exists related to events or conditions that may cast significant doubt on the Group's ability to continue as a going concern. If we conclude that a material uncertainty exists, we are required to draw attention in our auditors' report to the related disclosures in the consolidated financial statements or, if such disclosures are inadequate, to modify our opinion. Our conclusions are based on the audit evidence obtained up to the date of our auditors' report. However, future events or conditions may cause the Group to cease to continue as a going concern.
- Evaluate the overall presentation, structure and content of the consolidated financial statements, including the disclosures, and whether the consolidated financial statements represent the underlying transactions and events in a manner that achieves fair presentation.
- Obtain sufficient appropriate audit evidence regarding the financial information of the entities or business activities within the Group to express an opinion on the consolidated financial statements. We are responsible for the direction, supervision and performance of the Group audit. We remain solely responsible for our audit opinion.

Tanggung Jawab Auditor terhadap Audit atas Laporan Keuangan Konsolidasian (Lanjutan)

Kami mengomunikasikan kepada pihak yang bertanggung jawab atas tata kelola mengenai, antara lain, ruang lingkup dan saat yang direncanakan atas audit, serta temuan audit signifikan, termasuk setiap defisiensi signifikan dalam pengendalian internal yang teridentifikasi oleh kami selama audit.

Auditors' Responsibilities for the Audit of the Consolidated Financial Statements (Continued)

We communicate with those charged with governance regarding, among other matters, the planned scope and timing of the audit and significant audit findings, including any significant deficiencies in internal control that we identify during our audit.

Kantor Akuntan Publik/Registered Public Accountants
Suharli, Sugiharto & Rekan



Riki Afrianof, CPA

Registrasi Akuntan Publik/Public Accountant Registration No. AP. 1017

28 April 2025/April 28, 2025



**PT HANWHA LIFE INSURANCE INDONESIA
DAN ENTITAS ANAK
LAPORAN POSISI KEUANGAN KONSOLIDASIAN
31 DESEMBER 2024
(Disajikan dalam Rupiah, kecuali dinyatakan lain)**

**PT HANWHA LIFE INSURANCE INDONESIA
AND ITS SUBSIDIARIES
CONSOLIDATED STATEMENT OF FINANCIAL POSITION
DECEMBER 31, 2024
(Expressed in Rupiah, unless otherwise stated)**

	2024	Catatan/ Notes	2023*)	
ASET				ASSETS
Kas dan bank	29.479.274.151	4	35.890.869.541	Cash on hand and in banks
Piutang hasil investasi	24.004.627.588	5	20.422.658.641	Investment income receivables
Piutang asuransi				Insurance receivables
Piutang premi - neto	511.878.614.170	3,6	420.432.176.716	Premium receivables - net
Piutang reasuransi - neto	110.791.448.203	3,7	126.867.965.866	Reinsurance receivables - net
Piutang lain-lain - neto	25.741.801.250		31.625.725.228	Other receivables - net
Aset pemegang polis unit link	47.513.701.411	3,8	50.833.737.106	Unit-linked policyholder's assets
Aset reasuransi	861.040.751.225	3,9	884.739.943.494	Reinsurance assets
Investasi yang diukur pada biaya perolehan diamortisasi				Investments measured at amortized cost
Deposito berjangka	526.087.723.739	10a	547.329.220.427	Time deposits
Obligasi	1.419.145.964.134	10a	1.135.709.150.849	Bonds
Investasi yang diukur pada nilai wajar melalui laba rugi				Investments measured at fair value through profit or loss
Unit penyertaan reksa dana dan dana kelola	108.114.039.676	10b	182.376.297.271	Unit on mutual funds and allocated fund
Obligasi	55.960.944.000	10b	57.408.894.000	Bonds
Investasi yang diukur pada nilai wajar melalui penghasilan komprehensif lain				Investments measured at fair value through other comprehensive income
Obligasi	66.890.680.000	10c	68.619.646.400	Bonds
Penyertaan langsung di saham	5.112.846.192	10c	5.112.846.192	Direct investment in shares
Biaya dibayar di muka	17.872.218.025	11	9.063.294.517	Prepaid expenses
Uang muka	23.204.988.715	12	29.787.491.070	Advances
Aset tetap - neto	89.992.877.666	3,13	93.739.633.700	Property and equipment - net
Properti investasi	87.135.000.000	3,14	85.480.000.000	Investment properties
Aset hak-guna - neto	9.779.653.908	3,15	18.031.509.957	Right-of-use assets - net
Aset takberwujud - neto	63.581.937.050	3,16	66.537.154.147	Intangible assets - net
Aset pajak tangguhan	12.262.504.826	3,20c	12.262.504.826	Deferred tax asset
Goodwill	490.423.746.818		490.423.746.818	Goodwill
Aset lain-lain	20.976.655.362	17	5.403.019.546	Other assets
JUMLAH ASET	4.606.991.998.109		4.378.097.486.312	TOTAL ASSETS

*) Setelah reklasifikasi akun (Catatan 43)

*) After reclassification of account (Note 43)

Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian merupakan bagian
yang tidak terpisahkan dari Laporan Keuangan Konsolidasian
secara keseluruhan

Notes to the Consolidated Financial Statements are an
integral part of the Consolidated Financial Statements
taken as a whole

**PT HANWHA LIFE INSURANCE INDONESIA
DAN ENTITAS ANAK
LAPORAN POSISI KEUANGAN KONSOLIDASIAN
31 DESEMBER 2024
(Disajikan dalam Rupiah, kecuali dinyatakan lain)**

**PT HANWHA LIFE INSURANCE INDONESIA
AND ITS SUBSIDIARIES
CONSOLIDATED STATEMENT OF FINANCIAL POSITION
DECEMBER 31, 2024
(Expressed in Rupiah, unless otherwise stated)**

	2024	Catatan/ Notes	2023*)	
LIABILITAS DAN EKUITAS				LIABILITIES AND EQUITY
LIABILITAS				LIABILITIES
Utang asuransi				Insurance payables
Utang klaim dan manfaat	181.206.390.682	18	36.828.399.956	Claims and benefits payables
Utang reasuransi	222.363.283.120	7	195.337.443.279	Reinsurance payables
Utang komisi	57.457.600.420	19	61.316.899.547	Commission payables
Utang pajak	3.874.919.332	3,20a	19.891.614.950	Tax payables
Biaya masih harus dibayar	18.407.082.670	21	24.047.034.793	Accrued expenses
Utang lain-lain	126.056.699.002	22	91.291.265.862	Other payables
Liabilitas sewa	8.148.963.312	3,15	15.328.005.013	Lease liabilities
Uang muka premi jangka panjang	17.816.888.798	23	12.889.930.054	Deferred premium income
Liabilitas imbalan pascakerja	24.389.566.339	3,24	21.313.284.570	Post-employment benefits liabilities
Liabilitas pemegang polis unit link	47.513.701.411	3,8	50.833.737.106	Unit-linked policyholder's liabilities
Liabilitas kontrak asuransi	1.864.172.695.750	3,25	1.785.981.593.717	Insurance contract liabilities
Liabilitas pajak tangguhan - neto	53.494.530.644	3,20c	45.360.357.465	Deferred tax liabilities - net
JUMLAH LIABILITAS	2.624.902.321.480		2.360.419.566.312	TOTAL LIABILITIES
EKUITAS				EQUITY
Modal saham - nilai nominal				Share capital - par value
Rp1.000.000 per saham				Rp1,000,000 per share
Modal dasar - 4.000.000 saham				Authorized - 4,000,000 shares
Modal ditempatkan dan disetor penuh - 2.180.000 saham	2.180.000.000.000	26	2.180.000.000.000	Issued and fully paid - 2,180,000 shares
Tambahan modal disetor	(121.040.965.563)	27	(121.040.965.563)	Additional paid-in capital
Komponen ekuitas lainnya	8.010.718.010		9.730.769.128	Other equity component
Defisit	(479.618.935.381)		(425.458.828.771)	Deficit
Ekuitas yang dapat diatribusikan kepada pemilik entitas induk	1.587.350.817.066		1.643.230.974.794	Equity attributable to owners of the parent entity
Kepentingan nonpengendali	394.738.859.563	28	374.446.945.206	Non-controlling interests
JUMLAH EKUITAS	1.982.089.676.629		2.017.677.920.000	TOTAL EQUITY
JUMLAH LIABILITAS DAN EKUITAS	4.606.991.998.109		4.378.097.486.312	TOTAL LIABILITIES AND EQUITY

*) Setelah reklasifikasi akun (Catatan 43)

*) After reclassification of account (Note 43)

Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari Laporan Keuangan Konsolidasian secara keseluruhan

Notes to the Consolidated Financial Statements are an integral part of the Consolidated Financial Statements taken as a whole

**PT HANWHA LIFE INSURANCE INDONESIA
DAN ENTITAS ANAK
LAPORAN LABA RUGI DAN
PENGHASILAN KOMPREHENSIF LAIN KONSOLIDASIAN
UNTUK TAHUN YANG BERAKHIR 31 DESEMBER 2024
(Disajikan dalam Rupiah, kecuali dinyatakan lain)**

**PT HANWHA LIFE INSURANCE INDONESIA
AND ITS SUBSIDIARIES
CONSOLIDATED STATEMENT OF PROFIT OR LOSS AND
OTHER COMPREHENSIVE INCOME
FOR THE YEAR ENDED DECEMBER 31, 2024
(Expressed in Rupiah, unless otherwise stated)**

	2024	Catatan/ Notes	2023	
Premi bruto	3.630.984.440.241	29	2.227.069.643.746	Gross premium
Premi reasuransi	(637.368.664.326)	30	(492.469.864.174)	Reinsurance premium
Perubahan bruto premi yang belum merupakan pendapatan	(46.417.729.486)	25	357.516.866.113	Net change in unearned premium
Bagian reasuransi atas perubahan bruto premi yang belum merupakan pendapatan	21.051.227.499	9	84.651.113.428	Reinsurers' share of gross change in unearned premium
Penghasilan premi - neto	2.968.249.273.928		2.176.767.759.113	Premium income - net
Hasil investasi - neto	133.215.719.985	31	144.585.710.459	Investment income - net
Penghasilan lain-lain - neto	3.102.765.661	32	15.478.013.421	Other income - net
JUMLAH PENDAPATAN	3.104.567.759.574		2.336.831.482.993	TOTAL REVENUES
Klaim dan manfaat	2.781.737.558.318	33	2.081.802.110.796	Claims and benefits
Klaim dan manfaat reasuransi	(301.630.949.300)	34	(180.222.924.214)	Reinsurance claims and benefits
Perubahan bruto liabilitas manfaat polis masa depan dan estimasi liabilitas klaim	31.773.372.548	25	3.874.270.951	Gross change in liabilities for future policy benefits and estimated claims liabilities
Bagian reasuransi atas perubahan bruto liabilitas manfaat polis masa depan dan estimasi liabilitas klaim	44.750.419.768	9	81.174.444.832	Reinsurers' share of gross change in liabilities for future policy benefits and estimated claims liabilities
Penurunan liabilitas pemegang polis unit link	(3.320.035.694)	8	(333.480.659)	Decrease in unit-linked policyholders' liabilities
Beban akuisisi	117.819.585.245	35	68.746.572.569	Acquisition expenses
Beban usaha	354.505.811.776	36	288.743.470.482	Operating expenses
Beban <i>underwriting</i> lainnya	96.971.758.881		57.629.491.276	Other underwriting expenses
Pendapatan (beban) lain-lain - neto	(133.031.091)		39.711.870	Other income (expenses) - net
JUMLAH BEBAN	3.122.474.490.451		2.401.453.667.903	TOTAL EXPENSES
RUGI SEBELUM PAJAK PENGHASILAN	(17.906.730.877)		(64.622.184.910)	LOSS BEFORE INCOME TAX
Manfaat (beban) pajak penghasilan - neto	(11.316.977.300)	3,20b	17.000.435.061	Income tax benefit (expense) - net
RUGI TAHUN BERJALAN	(29.223.708.177)		(47.621.749.849)	LOSS FOR THE YEAR

Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian merupakan bagian
yang tidak terpisahkan dari Laporan Keuangan Konsolidasian
secara keseluruhan

Notes to the Consolidated Financial Statements are an
integral part of the Consolidated Financial Statements
taken as a whole

**PT HANWHA LIFE INSURANCE INDONESIA
DAN ENTITAS ANAK
LAPORAN LABA RUGI DAN
PENGHASILAN KOMPREHENSIF LAIN KONSOLIDASIAN
UNTUK TAHUN YANG BERAKHIR 31 DESEMBER 2024
(Disajikan dalam Rupiah, kecuali dinyatakan lain)**

**PT HANWHA LIFE INSURANCE INDONESIA
AND ITS SUBSIDIARIES
CONSOLIDATED STATEMENT OF PROFIT OR LOSS AND
OTHER COMPREHENSIVE INCOME
FOR THE YEAR ENDED DECEMBER 31, 2024
(Expressed in Rupiah, unless otherwise stated)**

	2024	Catatan/ Notes	2023	
PENGHASILAN KOMPREHENSIF LAIN				OTHER COMPREHENSIVE INCOME
Pos yang tidak akan direklasifikasi ke laba rugi:				Item that will not be reclassified to profit or loss:
Pengukuran kembali liabilitas imbalan pascakerja, setelah dikurangi pajak	(1.361.086.976)	3,24	4.932.411.205	Remeasurement of post-employment benefits liabilities, net of tax
Pos yang akan direklasifikasi ke laba rugi:				Item that will be reclassified subsequently to profit or loss:
Investasi yang diukur pada nilai wajar melalui penghasilan komprehensif lain:				Investment measured at fair value through other comprehensive income:
Keuntungan (kerugian) yang belum direalisasi atas perubahan nilai wajar	(1.720.051.118)	10c	2.952.917.680	Unrealized gain (loss) on changes in fair value
JUMLAH PENGHASILAN KOMPREHENSIF LAIN	(3.081.138.094)		7.885.328.885	TOTAL OTHER COMPREHENSIVE INCOME
JUMLAH RUGI KOMPREHENSIF TAHUN BERJALAN	(32.304.846.271)		(39.736.420.964)	TOTAL COMPREHENSIVE LOSS FOR THE YEAR
RUGI TAHUN BERJALAN YANG DAPAT DIATRIBUSIKAN KEPADA:				LOSS FOR THE YEAR ATTRIBUTABLE TO:
Pemilik entitas induk	(54.467.091.225)		(49.034.471.072)	Owners of the parent entity
Kepentingan nonpengendali	25.243.383.048		1.412.721.223	Non-controlling interests
Jumlah	(29.223.708.177)		(47.621.749.849)	Total
JUMLAH RUGI KOMPREHENSIF TAHUN BERJALAN YANG DAPAT DIATRIBUSIKAN KEPADA:				TOTAL COMPREHENSIVE LOSS FOR THE YEAR ATTRIBUTABLE TO:
Pemilik entitas induk	(30.636.774.680)		(40.819.331.849)	Owners of the parent entity
Kepentingan nonpengendali	(1.668.071.591)		1.082.910.885	Non-controlling interests
Jumlah	(32.304.846.271)		(39.736.420.964)	Total

Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari Laporan Keuangan Konsolidasian secara keseluruhan

Notes to the Consolidated Financial Statements are an integral part of the Consolidated Financial Statements taken as a whole

PT HANWHA LIFE INSURANCE INDONESIA
AND ITS SUBSIDIARIES
CONSOLIDATED STATEMENT OF CHANGES IN EQUITY
FOR THE YEAR ENDED DECEMBER 31, 2024
(Expressed in Rupiah, unless otherwise stated)

PT HANWHA LIFE INSURANCE INDONESIA
DAN ENTITAS ANAK
LAPORAN PERUBAHAN EKUITAS KONSOLIDASIAN
UNTUK TAHUN YANG BERAKHIR 31 DESEMBER 2024
(Disajikan dalam Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

Ekuitas yang Dapat Diatribusikan kepada Pemilik Entitas Induk/
Equity Attributable to Owners of the Parent Entity

	Modal Saham/ Share Capital	Tambahan Modal Disetor/ Additional Paid-in Capital	Komponen Ekuitas Lainnya/ Other Equity Component	Defisit/ Deficit	Jumlah Ekuitas yang dapat Diatribusikan kepada Pemilik Entitas Induk/Total Equity Attributable to Owners of the Parent Entity	Kepentingan Nonpengendali/ Non-controlling Interest	Jumlah/ Total	Balance as of December 31, 2023
Saldo per 31 Desember 2023	2.180.000.000.000 (	121.040.965.563)	9.730.769.128 (	425.458.828.771)	1.643.230.974.794	374.446.945.206	2.017.677.920.000	
Rugi tahun 2024	-	-	- (	54.467.091.225) (	54.467.091.225)	25.243.383.048 (	29.223.708.177)	Loss for 2024
Penghasilan komprehensif lain tahun 2024	-	-	(	1.720.051.118)	306.984.615 (	1.413.066.503) (	3.081.138.094)	Other comprehensive income for 2024
Dividen yang dibayarkan pada kepentingan nonpengendali	-	-	-	-	-	(	3.283.397.100) (	Dividend paid to non-controlling interest
Saldo per 31 Desember 2024	2.180.000.000.000 (	121.040.965.563)	8.010.718.010 (	468.172.271.381)	1.587.350.817.066	394.738.859.563	1.982.089.676.629	Balance as of December 31, 2024

Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian merupakan bagian
yang tidak terpisahkan dari Laporan Keuangan Konsolidasian
secara keseluruhan

Notes to the Consolidated Financial Statements are an
integral part of the Consolidated Financial Statements
taken as a whole

**PT HANWHA LIFE INSURANCE INDONESIA
DAN ENTITAS ANAK
LAPORAN ARUS KAS KONSOLIDASIAN
UNTUK TAHUN YANG BERAKHIR 31 DESEMBER 2024
(Disajikan dalam Rupiah, kecuali dinyatakan lain)**

**PT HANWHA LIFE INSURANCE INDONESIA
AND ITS SUBSIDIARIES
CONSOLIDATED STATEMENT OF CASH FLOWS
FOR THE YEAR ENDED DECEMBER 31, 2024
(Expressed in Rupiah, unless otherwise stated)**

	2024	2023	
ARUS KAS DARI AKTIVITAS OPERASI			CASH FLOWS FROM OPERATING ACTIVITIES
Penerimaan penghasilan premi	3.461.678.188.779	3.844.710.764.445	Premium income receipts
Penerimaan klaim dan manfaat reasuransi	321.871.208.364	320.252.629.349	Reinsurance claims and benefits receipts
Pembayaran klaim dan manfaat	(2.637.359.567.591)	(3.027.623.993.114)	Claims and benefits paid
Pembayaran premi reasuransi	(610.342.824.485)	(644.072.513.225)	Reinsurance premium paid
Pembayaran beban usaha	(265.288.173.263)	(397.035.852.181)	Operating expenses paid
Pembayaran komisi	(167.069.380.238)	(120.590.482.683)	Commission paid
Pembayaran lainnya	(17.196.466.405)	(55.021.134.977)	Other payments
Pembayaran imbalan pascakerja	(498.595.000)	(115.000.000)	Post-employment benefits paid
Kas Neto Diperoleh dari (Digunakan untuk) Aktivitas Operasi	85.794.390.161	(79.495.582.386)	Net Cash Provided by (Used in) Operating Activities
ARUS KAS DARI AKTIVITAS INVESTASI			CASH FLOWS FROM INVESTING ACTIVITIES
Penerimaan hasil investasi	136.375.339.161	138.684.155.956	Proceeds from investment
Deposito berjangka			Time deposits
Pencairan	1.763.193.378.054	2.166.909.232.043	Withdrawal
Penempatan	(1.741.951.881.366)	(1.785.635.373.166)	Placement
Obligasi			Bonds
Hasil Penjualan	115.513.666.026	49.652.354.635	Proceed from sale
Penempatan	(400.264.524.247)	(502.424.284.849)	Placement
Reksa dana			Mutual funds
Hasil Penjualan	586.368.326.236	1.088.223.916.130	Proceed from sale
Penempatan	(512.628.252.143)	(601.870.514.500)	Placement
Aset tetap			Fixed assets
Hasil Penjualan	2.492.584.542	2.947.771.655	Proceed from sale
Perolehan	(9.303.701.704)	(8.681.302.657)	Acquisition
Perolehan aset takberwujud	(5.650.601.109)	(862.828.531)	Acquisition of intangible assets
Perolehan properti investasi	(1.655.000.000)	-	Acquisition of investment property
Uang muka pembelian aset takberwujud	(13.107.719.763)	-	Advance payment for purchase of intangible assets
Akuisisi anak perusahaan, setelah dikurangi kas yang diperoleh	-	(904.026.949.802)	Acquisition of subsidiary, net of cash acquired
Hasil Penjualan investasi saham	-	447.034.008.877	Proceed from sale of investment in shares
Pembayaran untuk transaksi penawaran tender wajib	-	(231.026.114.200)	Payment for mandatory tender offer transaction
Kas Neto Diperoleh dari (Digunakan untuk) Aktivitas Investasi	(80.618.386.313)	(141.075.928.409)	Net Cash Provided by (Used in) Investing Activities
ARUS KAS DARI AKTIVITAS PENDANAAN			CASH FLOW FROM FINANCING ACTIVITIES
Pembayaran liabilitas sewa	(8.304.202.138)	(8.721.446.225)	Payment of lease liability
Pembayaran dividen untuk kepentingan nonpengendali	(3.283.397.100)	(6.226.107.368)	Dividend paid to non-controlling interest
Kas Neto Digunakan untuk Aktivitas Pendanaan	(11.587.599.238)	(14.947.553.593)	Net Cash Used in Financing Activities
KENAIKAN (PENURUNAN) NETO KAS DAN BANK	(6.411.595.390)	235.519.064.388	NET INCREASE (DECREASE) IN ON HAND AND IN BANK
KAS DAN BANK AWAL TAHUN	35.890.869.541	271.409.933.929	CASH ON HAND AND IN BANK AT BEGINNING OF THE YEAR
KAS DAN BANK AKHIR TAHUN	29.479.274.151	35.890.869.541	CASH ON HAND AND IN BANK AT END OF THE YEAR

Catatan atas Laporan Keuangan Konsolidasian merupakan bagian
yang tidak terpisahkan dari Laporan Keuangan Konsolidasian
secara keseluruhan

Notes to the Consolidated Financial Statements are an
integral part of the Consolidated Financial Statements
taken as a whole

**PT HANWHA LIFE INSURANCE INDONESIA
DAN ENTITAS ANAK
CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN KONSOLIDASIAN
UNTUK TAHUN YANG BERAKHIR 31 DESEMBER 2024
(Disajikan dalam Rupiah, kecuali dinyatakan lain)**

**PT HANWHA LIFE INSURANCE INDONESIA
AND ITS SUBSIDIARIES
NOTES TO THE CONSOLIDATED FINANCIAL STATEMENTS
FOR THE YEAR ENDED DECEMBER 31, 2024
(Expressed in Rupiah, unless otherwise stated)**

44. INFORMASI KEUANGAN ENTITAS INDUK (Lanjutan)

Laporan Posisi Keuangan

	2024
ASET	
Kas dan bank	13.221.552.690
Piutang hasil investasi	8.133.618.136
Piutang asuransi	
Piutang premi - neto	14.195.802.412
Piutang reasuransi - neto	15.578.286.809
Piutang lain-lain - neto	17.690.332.242
Aset pemegang polis	
unit link	47.513.701.411
Aset reasuransi	15.897.992.178
Investasi yang diukur	
pada biaya perolehan	
diamortisasi	
Deposito berjangka	89.550.000.000
Obligasi	293.715.771.273
Investasi yang diukur	
pada nilai wajar melalui	
laba rugi	
Unit penyertaan reksa dana	
dan dana kelolaan	236.374.650.559
Obligasi	55.960.944.000
Investasi yang diukur pada	
nilai wajar melalui penghasilan	
komprehensif lain	
Obligasi	66.890.680.000
Penyertaan saham	1.166.331.472.600
Biaya dibayar di muka	8.917.670.851
Uang muka	22.430.328.838
Aset pajak tangguhan	12.262.504.826
Aset tetap - neto	8.827.448.393
Aset hak-guna	8.692.589.736
Aset takberwujud - neto	5.355.693.659
Aset lain-lain	4.284.933.639
JUMLAH ASET	2.111.825.974.252

44. FINANCIAL INFORMATION OF PARENT ENTITY (Continued)

Statement of Financial Position

	2023	ASSETS
Cash on hand and in banks	14.080.641.781	
Investment income receivables	8.013.777.233	
Insurance receivables		
Premium receivables - net	20.574.411.430	
Reinsurance receivables - net	7.081.250.490	
Other receivables - net	22.217.208.387	
Unit-linked policyholders		
assets	50.833.737.105	
Reinsurance assets	7.413.569.955	
Investments measured		
at amortized cost		
Time deposits	90.550.000.000	
Bonds	264.657.399.710	
Investments measured at		
fair value through		
profit or loss		
Unit on mutual funds		
and allocated fund	253.388.624.893	
Bonds	57.408.894.000	
Investments measured at		
fair value through other		
comprehensive income		
Bonds	68.619.646.400	
Investment in shares	1.166.331.472.600	
Prepaid expenses	2.862.410.974	
Advances	25.796.097.422	
Deferred tax asset	12.262.504.826	
Property and equipment - net	10.492.554.224	
Right-of-use assets	14.355.252.633	
Intangible assets - net	2.735.635.268	
Other assets	4.319.232.702	
TOTAL ASSETS	2.103.994.322.033	

**PT HANWHA LIFE INSURANCE INDONESIA
DAN ENTITAS ANAK
CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN KONSOLIDASIAN
UNTUK TAHUN YANG BERAKHIR 31 DESEMBER 2024
(Disajikan dalam Rupiah, kecuali dinyatakan lain)**

**PT HANWHA LIFE INSURANCE INDONESIA
AND ITS SUBSIDIARIES
NOTES TO THE CONSOLIDATED FINANCIAL STATEMENTS
FOR THE YEAR ENDED DECEMBER 31, 2024
(Expressed in Rupiah, unless otherwise stated)**

44. INFORMASI KEUANGAN ENTITAS INDUK (Lanjutan)

Laporan Posisi Keuangan (Lanjutan)

	2024	2023
LIABILITAS DAN EKUITAS		
LIABILITAS		
Utang asuransi		
Utang klaim dan manfaat	32.821.044.236	17.309.163.163
Utang reasuransi	11.452.291.308	7.523.945.060
Utang komisi	7.667.259.345	6.951.828.648
Utang pajak	973.248.549	1.485.999.739
Biaya masih harus dibayar	18.334.803.595	23.970.898.931
Utang lain-lain	20.027.509.591	16.826.750.840
Liabilitas sewa	7.295.919.532	13.397.403.274
Liabilitas imbalan		
pascakerja	17.659.566.339	16.619.169.856
Liabilitas pemegang		
polis <i>unit link</i>	47.513.701.411	50.833.737.105
Liabilitas kontrak asuransi	259.514.026.455	179.317.242.350
JUMLAH LIABILITAS	423.259.370.361	334.236.138.966
EKUITAS		
Ekuitas yang dapat diatribusikan kepada pemilik entitas induk		
Modal saham - nilai nominal		
Rp1.000.000 per saham		
Modal dasar - 4.000.000 saham		
Modal ditempatkan dan disetor		
penuh - 2.180.000 saham	2.180.000.000.000	2.180.000.000.000
Tambahan modal disetor	96.683.784	96.683.784
Defisit	(491.530.079.893)	(410.338.500.717)
JUMLAH EKUITAS	1.688.566.603.891	1.769.758.183.067
JUMLAH LIABILITAS DAN EKUITAS	2.111.825.974.252	2.103.994.322.033

44. FINANCIAL INFORMATION OF PARENT ENTITY (Continued)

Statement of Financial Position (Continued)

LIABILITIES AND EQUITY
LIABILITIES
Insurance payables
Claims and benefits payables
Reinsurance payables
Commission payables
Taxes payables
Accrued expenses
Other payables
Lease liabilities
Post-employment benefits
liabilities
Unit-linked policyholders'
liabilities
Insurance contract liabilities
TOTAL LIABILITIES
EQUITY
Equity attributable to owners of the parent entity
Share capital - par value
Rp1,000,000 per share
Authorized - 4,000,000 shares
Issued and fully paid -
2,180,000 shares
Additional paid-in capital
Deficit
TOTAL EQUITY
TOTAL LIABILITIES AND EQUITY

**PT HANWHA LIFE INSURANCE INDONESIA
DAN ENTITAS ANAK**
**CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN KONSOLIDASIAN
UNTUK TAHUN YANG BERAKHIR 31 DESEMBER 2024**
(Disajikan dalam Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

**PT HANWHA LIFE INSURANCE INDONESIA
AND ITS SUBSIDIARIES**
**NOTES TO THE CONSOLIDATED FINANCIAL STATEMENTS
FOR THE YEAR ENDED DECEMBER 31, 2024**
(Expressed in Rupiah, unless otherwise stated)

44. INFORMASI KEUANGAN ENTITAS INDUK (Lanjutan)

Laporan Laba Rugi dan Penghasilan Komprehensif Lain

	2024	2023
Premi bruto	252.952.525.709	168.530.198.272
Premi reasuransi	(35.005.365.656)	(7.788.434.874)
Perubahan bruto premi yang belum merupakan pendapatan	853.349.682	(18.708.853.461)
Bagian reasuransi atas perubahan bruto premi yang belum merupakan pendapatan	3.440.792.456	3.712.182.139
Penghasilan premi - neto	222.241.302.191	145.745.092.076
Hasil investasi - neto	52.894.040.068	100.902.363.758
Penghasilan lain-lain - neto	1.696.028.761	7.037.592.425
Jumlah Pendapatan	276.831.371.020	253.685.048.259
Klaim dan manfaat	170.635.819.727	72.806.229.695
Klaim dan manfaat reasuransi	(37.431.189.545)	(4.403.864.502)
Perubahan bruto liabilitas manfaat polis masa depan dan estimasi liabilitas klaim	81.050.133.787	70.461.028.766
Bagian reasuransi atas perubahan bruto liabilitas manfaat polis masa depan dan estimasi liabilitas klaim	(5.043.629.767)	(132.920.844)
Penurunan liabilitas pemegang polis unit link	(3.320.035.694)	(550.919.764)
Beban akuisisi	29.131.097.569	35.845.274.705
Beban usaha	124.167.708.267	121.676.836.622
Beban lain-lain	(133.031.079)	39.711.844
Jumlah Beban	359.056.873.265	295.741.376.522
RUGI SEBELUM PAJAK PENGHASILAN	(82.225.502.245)	(42.056.328.263)
Beban pajak penghasilan	-	-
RUGI TAHUN BERJALAN	(82.225.502.245)	(42.056.328.263)
PENGHASILAN KOMPREHENSIF LAIN		
Pos yang tidak akan direklasifikasi ke laba rugi		
Pengukuran kembali liabilitas imbalan pasti	2.753.974.187	2.260.916.437
Pos yang akan direklasifikasi ke laba rugi		
Rugi yang belum direalisasi atas perubahan nilai wajar	(1.720.051.118)	2.952.917.680
PENGHASILAN KOMPREHENSIF LAIN, SETELAH PAJAK	1.033.923.069	5.213.834.117
JUMLAH RUGI KOMPREHENSIF TAHUN BERJALAN	(81.191.579.176)	(36.842.494.146)

44. FINANCIAL INFORMATION OF PARENT ENTITY (Continued)

Statement of Profit or Loss and Other Comprehensive Income

Gross premium	
Reinsurance premium	
Gross change in unearned premium	
Reinsurers' share of gross change in unearned premium	
Premium income - net	
Income from investments - net	
Other income - net	
Total Revenues	
Claims and benefits	
Reinsurance claims and benefits	
Gross change in liabilities for future policy benefits and estimated claims liabilities	
Reinsurers' share of gross change in liabilities for future policy benefits and estimated claims liabilities	
Decrease in unit-linked policyholders' liabilities	
Acquisition expenses	
Operating expenses	
Other expenses	
Total Expenses	
LOSS BEFORE INCOME TAX	
Income tax expense	
LOSS FOR THE YEAR	
OTHER COMPREHENSIVE INCOME	
Item that will not be reclassified to profit or loss	
Remeasurement of post-employment benefits liabilities	
Item that will be reclassified subsequently to profit or loss	
Unrealized loss on changes in fair value	
OTHER COMPREHENSIVE INCOME, NET OF TAX	
TOTAL COMPREHENSIVE LOSS FOR THE YEAR	

These Supplementary Information are Originally
Issued in Indonesian Language

PT HANWHA LIFE INSURANCE INDONESIA
INFORMASI KEUANGAN ENTITAS INDUK
LAPORAN PERUBAHAN EKUITAS
UNTUK TAHUN YANG BERAKHIR 31 DESEMBER 2024
(Disajikan dalam Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

PT HANWHA LIFE INSURANCE INDONESIA
PARENT ENTITY FINANCIAL INFORMATION
STATEMENT OF CHANGES IN EQUITY
FOR THE YEAR ENDED DECEMBER 31, 2024
(Expressed in Rupiah, unless otherwise stated)

44. INFORMASI KEUANGAN ENTITAS INDUK (Lanjutan)

44. FINANCIAL INFORMATION OF PARENT ENTITY (Continued)

Laporan Perubahan Ekuitas

Statement of Changes in Equity

Ekuitas yang Dapat Diatribusikan kepada Pemilik Entitas Induk/
Equity Attributable to Owners of the Parent Entity

	Modal Saham/ Share Capital	Tambahan Modal Disetor/ Additional Paid-in Capital	Komponen Ekuitas Lainnya/ Other Equity Component	Defisit/ Deficit	Jumlah/ Total	
Saldo 31 Desember 2022	2.180.000.000.000	96.683.784	6.777.851.448	(380.273.858.019)	1.806.600.677.213	Balance as of December 31, 2022
Rugi tahun 2023	-	-	-	(42.056.328.263)	(42.056.328.263)	Loss for 2023
Penghasilan komprehensif lain tahun 2023	-	-	2.952.917.680	2.260.916.437	5.213.834.117	Other comprehensive income for 2023
Saldo 31 Desember 2023	2.180.000.000.000	96.683.784	9.730.769.128	(420.069.269.845)	1.769.758.183.067	Balance as of December 31, 2023
Rugi tahun 2024	-	-	-	(82.225.502.245)	(82.225.502.245)	Loss for 2024
Penghasilan komprehensif lain tahun 2024	-	-	1.720.051.118	2.753.974.187	1.033.923.069	Other comprehensive income for 2024
Saldo 31 Desember 2024	2.180.000.000.000	96.683.784	8.010.718.010	(499.540.797.903)	1.688.566.603.891	Balance as of December 31, 2024

**PT HANWHA LIFE INSURANCE INDONESIA
DAN ENTITAS ANAK**
**CATATAN ATAS LAPORAN KEUANGAN KONSOLIDASIAN
UNTUK TAHUN YANG BERAKHIR 31 DESEMBER 2024**
(Disajikan dalam Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

**PT HANWHA LIFE INSURANCE INDONESIA
AND ITS SUBSIDIARIES**
**NOTES TO THE CONSOLIDATED FINANCIAL STATEMENTS
FOR THE YEAR ENDED DECEMBER 31, 2024**
(Expressed in Rupiah, unless otherwise stated)

44. INFORMASI KEUANGAN ENTITAS INDUK (Lanjutan)

44. FINANCIAL INFORMATION OF PARENT ENTITY (Continued)

Laporan Arus Kas

Statement of Cash Flows

	2024	2023	
ARUS KAS DARI AKTIVITAS OPERASI			CASH FLOWS FROM OPERATING ACTIVITIES
Penerimaan penghasilan premi	259.331.134.727	157.376.401.075	Premium income receipts
Penerimaan klaim dan manfaat reasuransi	28.784.982.105	3.369.442.607	Reinsurance claims and benefits receipts
Pembayaran beban usaha	(106.230.259.588)	(133.262.325.571)	Operating expenses paid
Pembayaran klaim dan manfaat	(155.123.938.654)	(66.185.948.121)	Claims and benefits paid
Pembayaran komisi	(28.415.666.872)	(35.128.202.554)	Commission paid
Pembayaran premi reasuransi	(31.077.019.408)	(1.822.314.929)	Reinsurance premium paid
Pembayaran imbalan pascakerja	(22.800.000)	(115.000.000)	Post-employment benefits paid
Penerimaan lain-lain	1.473.506.260	6.891.908.519	Other receipts
Kas Neto Digunakan untuk Aktivitas Operasi	(31.280.061.430)	(68.876.038.974)	Net Cash Used in Operating Activities
ARUS KAS DARI AKTIVITAS INVESTASI			CASH FLOWS FROM INVESTING ACTIVITIES
Penerimaan hasil investasi	56.752.778.855	95.008.776.992	Proceeds from investment
Penjualan aset tetap	245.000.000	155.000.000	Sale of property, plant and equipment
Deposito berjangka			Time deposits
Penempatan reksa dana	16.646.577.996	241.129.485.500	Placement in mutual funds
Pencairan	25.000.000.000	283.501.005.000	Withdrawal
Penempatan	(24.000.000.000)	317.498.995.000	Placement
Pencairan investasi pada obligasi	(31.212.689.632)	48.748.854.635	Settlement of investment in bonds
Perolehan aset tetap	(1.542.008.083)	(1.622.422.088)	Acquisition of fixed assets
Perolehan peranti lunak	(4.354.473.200)	(862.828.530)	Acquisition of software
Akuisi entitas anak	-	(1.166.331.472.600)	Acquisition of subsidiary
Penempatan pada investasi lainnya	-	4.000.000.000	Placement in other investment
Kas Neto Diperoleh dari (Digunakan untuk) Aktivitas Investasi	37.535.185.936	(178.774.606.091)	Net Cash Provided by (Used in) Investing Activities
ARUS KAS DARI AKTIVITAS PENDANAAN			CASH FLOW FROM FINANCING ACTIVITY
Pembayaran liabilitas sewa	(7.114.213.597)	(7.114.213.597)	Payment of lease liability
PENURUNAN NETO KAS DAN SETARA KAS	(859.089.091)	(254.764.858.662)	NET DECREASE IN CASH ON HAND AND IN BANKS
KAS DAN SETARA KAS AWAL TAHUN	14.080.641.781	268.845.500.443	CASH ON HAND AND IN BANKS AT BEGINNING OF THE YEAR
KAS DAN SETARA KAS AKHIR TAHUN	13.221.552.690	14.080.641.781	CASH ON HAND AND IN BANKS AT END OF THE YEAR

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN
This Page is Intentionally Left Blank



ASURANSI HANWHA BUCKET LIST PLAN



PT Hanwha Life Insurance Indonesia

World Trade Center I,
Jl. Jend. Sudirman Kav.29
Jakarta 12920, Indonesia
Telp. (021)50816100

www.hanwhalife.co.id