

Advancing
Today to
Accelerate
Growth



Allianz Indonesia
Laporan Tahunan 2014
2014 Annual Report

Allianz 

Para Pembaca Terhormat, *Dear Reader,*

Industri asuransi terus berubah dari waktu ke waktu, yang berpusat pada perilaku nasabah yang berubah dengan cepat. Di Allianz Indonesia, kami berupaya untuk memanfaatkan segala kemajuan di hari ini untuk memperkuat keunggulan kompetitif kami, dan yang terpenting, memberikan layanan terbaik untuk nasabah kami.

Insurance industry is changing from time to time, which centered from the rapidly changing customer's behavior. In Allianz Indonesia, we strive to take the best out of today's advancement to strengthen our competitive advantages, and more importantly, to provide excellent service to our customers.

Laporan Tahunan 2014 Allianz
Indonesia dapat diunduh di
www.allianz.co.id



www.allianz.co.id



Allianz Indonesia

PT Asuransi Allianz Life Indonesia
PT Asuransi Allianz Utama Indonesia

Allianz Tower

Jl. HR. Rasuna Said

Kawasan Kuningan Persada Super Blok 2

Jakarta 12980

Corporate Phone : +6221-2926 8888

Fax : +6221-2926 8080 (Allianz Life)

+6221-2926 9090 (Allianz Utama)

Email : contactus@allianz.co.id (Allianz Life)

feedback@allianz.co.id (Allianz Utama)

www.allianz.co.id

jurnal.allianz.co.id

investment.allianz.co.id



Facebook Allianz Indonesia Community



Twitter @AllianzID

Sebagai Allianz Indonesia kami...

merupakan bagian dari komunitas keuangan terkuat di dunia, dengan melayani **85 JUTA** nasabah di **70 NEGARA**.

terdiri dari dua perusahaan asuransi yang menawarkan **solusi lengkap** bagi masyarakat Indonesia, mulai dari asuransi umum, asuransi jiwa, asuransi kesehatan, asuransi syariah, asuransi mikro hingga dana pensiun.

melayani lebih dari **3,9 JUTA** jiwa yang terdiri dari keluarga pra sejahtera melalui asuransi mikro.

menempati urutan ke-2 di industri asuransi jiwa.

naik 11 peringkat ke urutan ke-12 di industri asuransi umum.

As Allianz Indonesia we..

are part of the strongest financial community in the world, servicing **85 MILLION** customers in **70 COUNTRIES**.

consist of two insurance companies that offer **complete solution** for Indonesian people, from general insurance, life insurance, health insurance, sharia insurance, microinsurance, to pension funds.

are serving more than **3,9 MILLION** people of low income families with our micro-insurance.

are ranked second in life insurance industry.

are up 11 positions to the 12th rank in general insurance industry.

Didukung oleh
Supported by

 **1,317** karyawan
employees

Hadir di
Presence in

 **54** kota
cities

Jumlah Kantor
Total Office

 **>100** kantor
offices

Didukung oleh
Supported by

16,000 agen yang
tersertifikasi
certified
agents

Melindungi
Protecting

6,023,444 tertanggung
insured

Daftar isi

Table of Content



Bahasan Penting

Essential Read



02 Tinjauan Global
Worldwide Overview



22 Produk dan Layanan
Products and Services



46 Laporan Direksi
Report from the Board of Directors

1

Tinjauan Global

Worldwide Overview

1.1	Allianz Global Allianz Global	02
1.2	Jejak Langkah Milestones	06

2

Allianz Indonesia

Allianz Indonesia

2.1	Ikhtisar Keuangan Financial Highlights	14
2.2	Tentang Allianz Indonesia About Allianz Indonesia	18
2.3	Produk dan Layanan Products and Services	22
2.4	Jejak Langkah Milestones	38
2.5	Peristiwa Penting Tahun 2014 2014 Significant Events	40
2.6	Penghargaan Awards	42

3

Laporan Manajemen

Management Report

3.1	Laporan Direksi PT Asuransi Allianz Life Indonesia Report from the Board of Directors of PT Asuransi Allianz Life Indonesia	46
3.2	Laporan Direksi PT Asuransi Allianz Utama Indonesia Report from the Board of Directors of PT Asuransi Allianz Utama Indonesia	51
3.3	Pembahasan dan Analisa Manajemen Management Discussion and Analysis	64
3.4	Tata Kelola Perusahaan yang Baik Good Corporate Governance	86
3.5	Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Corporate Social Responsibility	100

4

Daftar Alamat

Address List

4.1	Kantor Cabang dan Jaringan Pemasaran Allianz Indonesia Inter-branch and Marketing Network Allianz Indonesia	108
-----	--	-----

Tinjauan Global

Worldwide Overview



Allianz adalah salah satu penyedia jasa asuransi dan manajemen aset terbesar di dunia. Didirikan pada tahun 1890 di Jerman, Allianz adalah perusahaan dengan sejarah yang panjang dan tradisi yang kuat.

Allianz memberikan layanan layaknya seorang navigator bagi para nasabahnya di dalam dunia keuangan yang penuh dengan peluang dan tantangan. Portofolio bisnis lokal dan global memungkinkan kami untuk segera mengetahui dan mengelola tren risiko. Dengan model bisnis yang solid dan terbukti kekuatannya, kami menawarkan keamanan bagi nasabah dan kekuatan modal dari sebuah komunitas keuangan global.

Dalam kehadiran Allianz selama 125 tahun, strategi bisnis jangka panjang kami telah melalui berbagai krisis ekonomi, politik, dan keuangan. Kami berdiri kuat, karena fokus pada bisnis inti dan selalu memutamakan para pemangku kepentingan kami.

Allianz is one of the largest global providers of insurance and asset management. Founded in 1890 in Germany, Allianz is a company with a long history and a strong tradition.

Allianz serves as an experienced worldwide navigator for its customers in a financial world full of opportunities and challenges. The size of our local and global business portfolio makes it possible for us to quickly identify and manage risk trends. With a solid and proven business model, we offer customers the security and the capital strength of a strong and global financial community.

In our 125 years of existence, Allianz's long-term business strategy has endured economic, political and financial crises. We are standing strong, because we focus on our core business and always have our stakeholders in mind.



“Allianz adalah perusahaan asuransi global terpercaya. Bermula dari perusahaan asuransi di Jerman, Allianz berkembang tidak hanya di Eropa, tetapi juga meluas hingga Asia Pasifik”

"Allianz is a reliable global insurance player. Started as an insurance company in Germany, Allianz has been growing not only in Europe, but also in the Asia-Pacific"

Allianz Group

Berdiri di Jerman pada tahun 1890, Allianz Group memiliki pengalaman lebih dari 125 tahun pada industri layanan keuangan. Allianz Group berkomitmen memberikan layanan keuangan menyeluruh yang mengutamakan kepuasan nasabah.

Allianz Group

Established in Germany in 1890, Allianz Group has more than 125 years of experience in the financial services industry. Allianz Group is committed to provide broad-spectrum of financial services that emphasize on customer satisfaction.

Dengan dukungan dari nasabah dan mitra penjualan, serta 147.000 karyawan di lebih dari 70 negara, Allianz adalah salah satu komunitas keuangan terkuat. Melayani lebih dari 85 juta nasabah individu dan korporasi, Allianz mengandalkan pengetahuan, jangkauan global, kekuatan modal dan ke-solid-an untuk membantu nasabah memanfaatkan peluang keuangan, serta kesiapan dalam menghadapi risiko.

Pada 2014, Allianz berhasil memperoleh total pendapatan sebesar 122,3 miliar euro dan laba operasional sebesar 10,4 miliar euro serta manfaat yang diterima oleh nasabah mencapai 104,6 miliar euro. Kesuksesan bisnis di bidang asuransi, manajemen aset dan layanan yang dapat disesuaikan pada permintaan nasabah atas solusi keuangan yang tahan krisis untuk kalangan masyarakat yang menua dan tantangan dari perubahan iklim. Transparansi dan integritas merupakan komponen kunci dari tata kelola yang berkelanjutan di Allianz.

Allianz di Asia Pasifik

Asia merupakan kawasan terbesar yang mendukung pesatnya pertumbuhan Allianz di dunia. Allianz berada di kawasan Asia Pasifik sejak tahun 1910, yakni di pesisir negara Tiongkok yang menyediakan asuransi kebakaran dan asuransi jasa pengangkutan. Saat ini, Allianz Asia Pasifik telah beroperasi di 14 negara dengan menawarkan layanan asuransi umum, asuransi kecelakaan, asuransi jiwa dan kesehatan, serta manajemen aset.

Dengan dukungan lebih dari 32.000 karyawan, Allianz Asia Pasifik telah melayani kebutuhan lebih dari 18 juta nasabah di seluruh kawasan ini. Kunci sukses Allianz adalah kemampuan untuk cepat beradaptasi dengan kebutuhan lokal. Allianz memiliki jaringan luas di kawasan ini dengan didukung oleh 50.000 agen.

Pada 2014, Allianz membukukan pendapatan sebesar 7,9 miliar euro dan laba operasional sebesar 429 juta euro di Asia Pasifik.

With the support of customers and sales partners, as well as 147,000 employees in more than 70 countries, Allianz is one of the strongest financial institutions. Servicing more than 85 million private and corporate customers, Allianz has relied on knowledge, global reach, capital strength and solidity to help customers capitalize on financial opportunities and protect themselves against risks.

In 2014, Allianz earned a total revenue of 122.3 billion euros and an operating profit of 10.4 billion euros as well as provided its customers with benefits of 104.6 billion euros. These remarkable financial achievements were the results of business success in the field of insurance, asset management and discretionary services which are increasingly based on customers' demand for crisis-proof financial solutions for an aging society and the challenges of climate change. Transparency and integrity are key components of sustainable corporate governance at Allianz.

Allianz in Asia-Pacific

Asia is the largest region that supports the rapid growth of Allianz in the world. Allianz has operated in the Asia-Pacific region since 1910, namely in coastal areas of China by providing fire and transport services insurances. Currently, Allianz Asia-Pacific has operated in 14 countries by offering services of general insurance, accident insurance, life and health insurance, as well as asset management.

With the support of more than 32,000 employees, Allianz Asia-Pacific has been serving the needs of more than 18 million customers across the region. Allianz' key to success is its ability to quickly adapt to local needs. Allianz has a broad network in the region, supported by 50,000 agents.

In 2014, Allianz recorded a total revenue of 7.9 billion euros and an operating profit of 429 million euros in Asia-Pacific.

Jejak Langkah

Milestones





1890

Allianz Berdiri Allianz was Born



Allianz didirikan oleh Carl von Thieme dan seorang bankir bernama Wilhelm von Finck setelah mereka membentuk Munich Re. Mereka memulai dengan modal awal sebesar empat juta Deutsche Mark. Perusahaan ini terdaftar secara resmi di pengadilan kota Berlin pada 5 Februari 1890.

Allianz was jointly set up by Carl von Thieme and a banker named Wilhelm von Finck after they established Munich Re. Together they put up an initial capital of four million Deutsche Marks. The company was officially registered at the municipal court of Berlin on February 5th 1890.

1895



Penawaran Saham Perdana Allianz IPO for Allianz Stock

Pada 12 Desember 1895, saham Allianz diperdagangkan di Bursa Efek Berlin untuk pertama kalinya (IPO-*initial public offering*). IPO Allianz tersebut disiapkan oleh Deutsche Bank. Saham yang dikeluarkan dengan nilai nominal 250 Deutsche Mark dan pada hari pertama ditutup pada harga 750 Deutsche Mark.

On December 12th 1895, Allianz went public and listed its stock on the Berlin Stock Exchange for the first time. The Initial Public Offering was underwritten by Deutsche Bank. The floating shares had a nominal value of 250 Deutsche Marks and on the first trading day the stock was closed at 750 Deutsche Marks.



1914

Pegawai Wanita Mulai Bekerja di Allianz Woman Work at Allianz for the First Time

Pada saat Perang Dunia I dimulai, Allianz merupakan perusahaan pelopor yang mempekerjakan perempuan sebagai pegawai. Pada saat itu perempuan telah mengisi sekitar 40 persen pekerjaan di Allianz.

When the World War I began, Allianz was the first company that employed women as its office staff. At the time women have accounted for some 40 percent of Allianz employees.



Pertumbuhan dan Rasionalisasi Growth and Rationalization

1918

Meskipun saat itu terjadi inflasi dan krisis ekonomi global, Allianz tetap menjadi perusahaan asuransi terbesar di Jerman. Sebagai perusahaan yang terus bertumbuh, penyederhanaan dan otomatisasi proses kerja mutlak diperlukan.

Despite hyper inflation and the global economic crisis, Allianz remained the largest insurance company in Germany. As a continuously growing company, Allianz found it necessary to simplify and automate its work processes.

1969

Pengembangan Sistem *Database ELIAS* ELIAS Streamlines Operations

Sejak pertengahan 1950-an, Allianz telah memiliki pengalaman teknologi komputerisasi yaitu sistem *database* ELIAS. Sistem ini mendorong keberhasilan Allianz dalam mengembangkan proses yang terkomputerisasi sehingga meningkatkan volume bisnis.

Since the mid-1950s Allianz has been amassing computer technology experience, by building up ELIAS database system. Thanks to the ELIAS database system, Allianz has been successful in developing a computerized process, which eventually has increased its business volume.

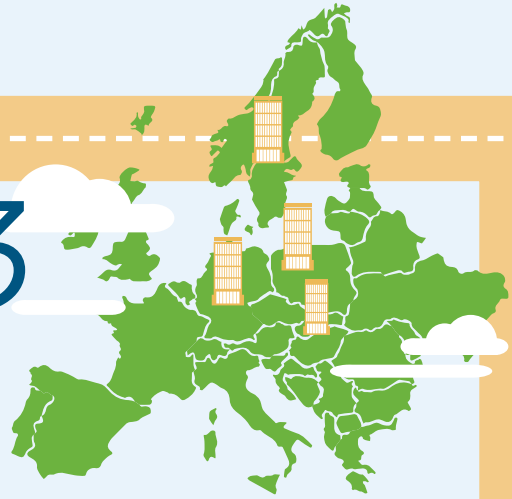


1973

Perusahaan Asuransi Terbesar di Eropa Europe's Largest Insurer

Allianz berhasil mencapai total premi lebih dari enam miliar Deutsche Mark, sehingga menjadi perusahaan asuransi terbesar di Eropa untuk pertama kalinya dan menjadi salah satu dari 10 perusahaan asuransi terbesar di dunia.

Allianz achieved a total premium of over six billion Deutsche Marks, making the Group the Europe's largest insurer for the first time and simultaneously one of the 10 largest insurers in the world.



1974

Allianz Internasional Allianz International



Sejak 1959 Allianz secara bertahap membuka kantor perwakilan di Paris, Milan, dan Wina, serta mendirikan anak perusahaan baru untuk pasar tertentu, misalnya Amerika Serikat pada 1970-an yang fokus pada asuransi industri dan asuransi transportasi.

Since 1959 Allianz has gradually opened offices in Paris, Milan and Vienna as well as established new subsidiaries to cater to selected markets, for example in the USA in 1970s, which focused on developing industry and transportation insurances.

1977

Elang Sebagai Wajah Baru Allianz Facelift for Allianz Eagle



Desainer Hansjörg Dorschel merekomendasikan gambar elang dalam lingkaran dengan memperhalus konturnya. Logo baru ini merupakan bagian dari konsep citra Allianz yang menyeluruh, dan bertujuan untuk memberikan penampilan grup perusahaan yang seragam, baik secara internal maupun eksternal.

Designer Hansjörg Dorschel recommended an image of eagle in a circle with softened contours as the Company's new logo. This new logo is a part of Allianz's comprehensive imaging concept, aimed at giving the group a uniform appearance, both internally and externally.



1986 Memperkuat Pasar Inggris Raya Strengthen the British Market

Allianz telah memulai ekspansi internasionalnya pada 1893 dengan membuka kantor perwakilan di London. Untuk memperkokoh kehadirannya di Inggris Raya, Allianz mengakuisisi Cornhill Insurance PLC pada 1986. Hal ini menandai pentingnya Inggris sebagai salah satu pasar asuransi dunia.

Allianz began its international expansion in 1893 by opening a representative office in London. To strengthen its presence in the Great Britain, Allianz acquired Cornhill Insurance PLC in 1986. This marked a return of the UK as one of the world's key insurance markets.



1998

Manajemen Aset Allianz Allianz Asset Management

Allianz telah berkecimpung di bisnis manajemen aset sejak tahun 1922 dan mulai menginvestasikan premi yang dibayarkan oleh nasabah. Pada 1998, didorong oleh globalisasi pasar keuangan, Allianz menjadikan manajemen aset sebagai bisnis utama.

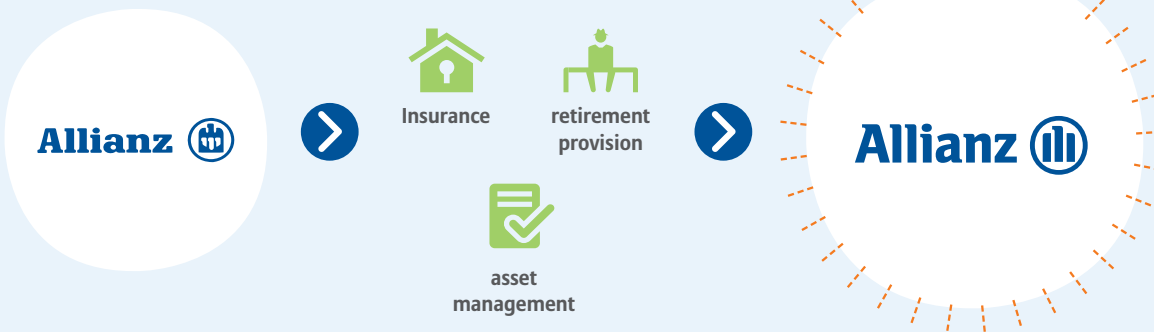
Allianz has been engaging in asset management business since 1922 and began investing the premiums paid by its customers. In 1998, driven by the globalization of the financial markets, Allianz defined asset management as its core business.

1999

Logo Baru Allianz Allianz New Logo

Pada 1999, Allianz menyiapkan langkah untuk memasuki milenium berikutnya dengan logo baru yang mengkombinasikan modernitas dan tradisi. Logo baru ini menggabungkan logo elang Allianz yang sudah dikenal luas dengan 3 bisnis utama Allianz yaitu: asuransi, pengelolaan dana pensiun, dan manajemen aset.

In 1999 Allianz prepared steps to enter into the next millennium, one of which was introducing a new logo that combines tradition and modernity. The new logo combines the well-known Allianz Eagle logo and Allianz's three key businesses: insurance, pension fund management and asset management.



2000

Saham Allianz di Bursa Efek New York Allianz Stock and New York Stock Exchange

Allianz mulai memperdagangkan sahamnya untuk pertama kali di New York Stock Exchange (NYSE) dikenal juga sebagai Wall Street. Dengan terdaftar di NYSE yang merupakan kiblat utama keuangan dunia, menjadikan saham Allianz lebih menarik bagi investor dunia.

Allianz listed its stocks on the New York Stock Exchange (NYSE) also known as Wall Street. The listing on NYSE, the world's key financial arena, has made Allianz's stock more attractive to international investors.



2003

Asuransi Mikro Microinsurance

Asuransi mikro adalah perlindungan bagi masyarakat pra sejahtera yang belum memiliki akses perlindungan asuransi untuk menghadapi kemungkinan risiko.

Microinsurance is protection for low income individuals who do not acces to insurance to protect themselves against risks.

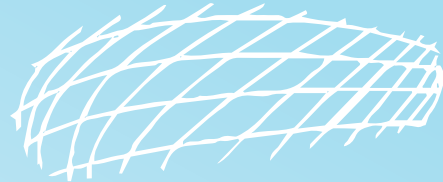


2005

Allianz Arena Allianz Arena

Arsitek asal Swiss, Jacques Herzog dan Pierre de Meuron, merancang sebuah stadion modern untuk dua tim sepakbola dari kota Munich, TSV 1860 and FC Bayern. Stadion ini dijadikan sebagai simbol untuk Allianz.

Swiss architects Jacques Herzog and Pierre de Meuron designed a modern stadium for Munich's two soccer teams, TSV 1860 and FC Bayern. It is aimed at making it a symbol for Allianz.



Allianz  Arena



2006

Allianz SE Allianz SE

Allianz AG menjadi perusahaan Eropa yang dikenal dengan Societas Europaea (SE), yaitu bentuk hukum baru bagi perusahaan publik di Uni Eropa. Hal ini memungkinkan Allianz grup untuk menyederhanakan struktur dan fasilitas merger lintas batas. Dewan Pengawas mewakili karyawan dari berbagai negara Eropa. Allianz SE adalah Perusahaan Eropa pertama di Dow Jones STOXX EURO 50. Operasional di Jerman dijalankan di bawah payung Allianz Deutschland AG.

Allianz AG became a European Company, which is popularly known as Societas Europaea (SE), a new legal status for public companies in the European Union. This new legal status enables the Group to simplify its structure to facilitate cross-border mergers. Employees from different European countries are now represented on the Supervisory Board. Allianz SE is the first European Company to include in the Dow Jones EURO STOXX 50. Operation in Germany is run under the umbrella of Allianz Deutschland AG.

2015

125 years **125 Tahun Allianz Group**
125 Years Anniversary
Allianz Group

Bermula dari perusahaan asuransi transportasi di Jerman, selama bertahun-tahun Allianz telah berkembang menjadi perusahaan penyedia layanan keuangan terkemuka di dunia.

Starting as a German transportation insurer, Allianz has developed over the years into the leading financial services provider globally.



Allianz Indonesia

Allianz Indonesia

- 14 Ikhtisar Keuangan
Financial Highlight
 - 18 Tentang Allianz Indonesia
About Allianz Indonesia
 - 22 Produk dan Layanan
Products and Services
 - 38 Jejak Langkah
Milestones
 - 40 Peristiwa Penting Tahun 2014
2014 Significant Events
 - 42 Penghargaan
Awards
-

02



ASN Tool Box

Saatnya agen-agen Allianz Star Network (ASN) memiliki alat penjualan digital yang mendukung mobilitas dalam melakukan prospek, pembuatan, persetujuan proposal dan ilustrasi manfaat yang dilanjutkan dengan melengkapi & pengiriman Surat Pengajuan Asuransi Jiwa (SPAJ) secara elektronik. Mereka juga dapat memonitor status proses secara cepat, mudah, dan nyaman. ASN Tool Box ini tersedia dalam bentuk aplikasi iPad yang dapat digunakan dalam moda *online* maupun *offline*.

It's time for Allianz Star Network (ASN) agents to have a digital sales tool that can support their mobility in prospecting, creating proposal, procuring proposal approval, and benefit illustration, continued by providing completion and submission of the Life Insurance Application Form (SPAJ) electronically. Agents can also monitor the status of the process. ASN Tool Box is made available on iPad and can be used in online and offline modes.

Ikhtisar Keuangan

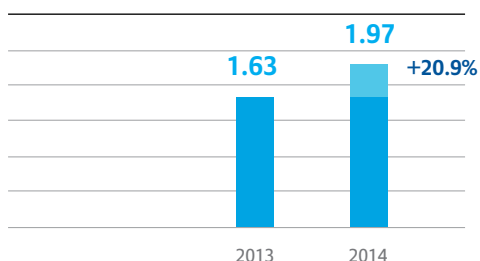
Financial Highlights

Allianz Life

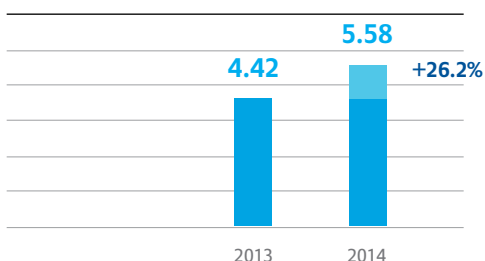
Pendapatan Premi Bruto
Gross Written Premium



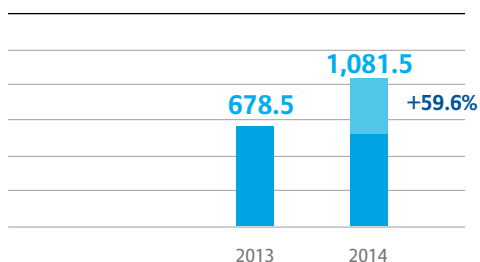
Premi yang Disetahunkan
Annualized Net Premium
in IDR billion



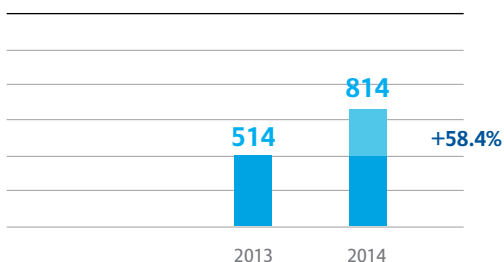
Pembayaran Klaim dan Manfaat
Claims & Benefit Payment
in IDR billion



Laba Sebelum Pajak
Profit Before Tax
in IDR billion



Laba Bersih
Net Income
in IDR billion



Ikhtisar Keuangan 2010 -2014

Financial Highlights 2010-2014

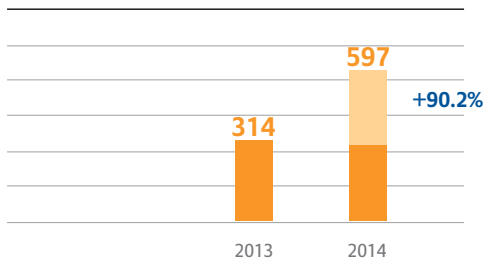
(Expressed in million of rupiahs, unless stated otherwise)	2010 In IDR million	2011 In IDR million	2012 In IDR million	2013 In IDR million	2014 In IDR million
Pendapatan Premi Bruto Gross Written Premium	4,875,751	6,781,015	8,319,594	8,426,350	9,707,691
Premi yang Disetahunkan Annualized New Premium	2,071,431	1,476,816	1,704,370	1,632,992	1,973,589
Beban Klaim Claim Expenses	(2,240,188)	(2,661,260)	(4,071,853)	(4,423,102)	(5,583,207)
Pendapatan Investasi Bruto Gross Investment Income	1,391,386	899,980	1,488,261	353,664	3,063,809
Beban Usaha Operational Expenditure	(1,091,201)	(1,383,954)	(1,667,417)	(2,002,512)	(2,328,359)
Laba Sebelum Pajak Profit Before Tax	340,797	419,002	499,621	678,484	1,081,500
Laba Bersih Net Income	295,738	365,556	359,735	513,599	813,897
Jumlah Aset Total Assets	11,663,741	15,471,082	19,709,078	21,604,171	26,768,417
Jumlah Kewajiban dan Cadangan Teknis Total Liabilities & Technical Reserve	10,325,252	13,512,580	16,968,203	18,809,711	22,756,023
Ekuitas Equity	1,275,315	1,885,201	2,631,017	2,604,159	3,743,575
Dana Tabarru Tabarru Fund	63,174	73,301	109,858	190,301	268,724
Dana Kelolaan Asset Under Management	10,878,990	14,837,779	19,060,027	19,977,768	24,559,818
RBC RBC	499%	486%	382%	539%	455%

Allianz Utama

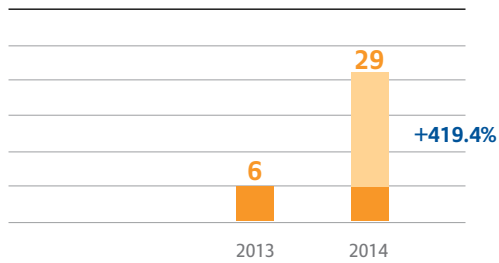
Pendapatan Premi Bruto
Gross Written Premium



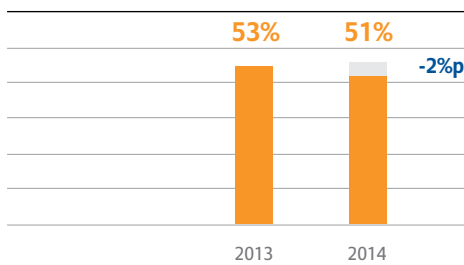
Pendapatan Premi Neto
Net Earned Premium
in billion IDR



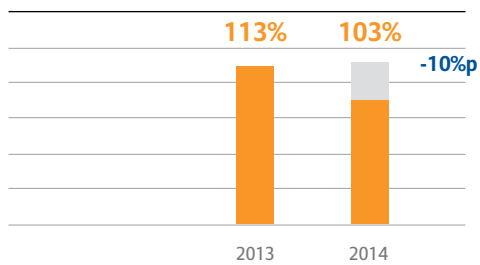
Laba Bersih
Net Income
in IDR billion



Rasio Klaim
Claim Ratio
in billion IDR



Rasio Gabungan
Combined Ratio
in billion IDR



Ikhtisar Keuangan 2010-2014

Financial Highlights 2010-2014

(Expressed in million of rupiahs, unless stated otherwise)	2010 in million IDR	2011 in million IDR	2012 in million IDR	2013 in million IDR	2014 in million IDR
Pendapatan Premi Bruto Gross Written Premium	756,934	699,475	524,048	644,852	1,140,992
Premi Neto Net Written Premium	330,481	356,441	254,760	351,963	679,116
Pendapatan Premi Neto Net Earned Premium	367,167	352,917	279,768	314,110	597,547
Beban Klaim Claim Expenses	(239,517)	(263,118)	(168,098)	(166,330)	(301,512)
Underwriting Underwriting Surplus	62,428	22,157	49,385	68,215	124,386
Pendapatan Investasi Bruto Gross Investment Income	67,046	36,474	20,467	53,174	54,559
Beban Usaha Operational Expenditure	(90,375)	(113,713)	(95,611)	(110,241)	(141,214)
Laba Sebelum Pajak Net Profit Before Tax	39,456	(53,982)	(25,759)	11,148	37,731
Laba Bersih Net Income	37,511	(65,028)	(28,341)	5,663	29,413
Jumlah Aset Total Assets	785,256	749,129	1,204,051	1,426,389	1,979,424
Jumlah Kewajiban dan Cadangan Teknis Total Liabilities & Technical Reserve	479,819	513,330	859,702	1,057,708	1,569,552
Ekuitas Equity	303,331	232,968	342,446	366,675	407,127
Dana Tabarru Tabarru Fund	2,106	2,831	1,903	2,006	2,745
Rasio Gabungan Combined Ratio	107.6%	125.9%	118.1%	113.4%	102.8%

Tentang Allianz Indonesia

About Allianz Indonesia

Visi *Vision*

Allianz Indonesia adalah pilihan utama, merek terpercaya yang memberikan pengalaman tak terlupakan.

Allianz Indonesia is the First Choice, Trusted Brand, that delivers promises with Memorable Experience.

Misi *Mission*

Allianz Indonesia dikenal sebagai penyedia perlindungan asuransi dan solusi keuangan dengan budaya kinerja tinggi untuk mencapai keuntungan berkelanjutan.

Allianz Indonesia is recognized for providing insurance protection and financial solutions in a high performance culture to achieve sustainable returns.

Tujuan *Goal*

Perusahaan asuransi yang terpercaya dan diakui di Indonesia.

The most trusted and admired insurance company in Indonesia.

Allianz di Indonesia terdiri dari dua perusahaan yang menawarkan solusi asuransi terlengkap, meliputi asuransi umum, jiwa, kesehatan, dan dana pensiun. Juga merupakan pelopor asuransi syariah dan asuransi mikro di Indonesia.

Allianz Indonesia is made of two companies that offer complete solutions, including general insurance, life insurance, health insurance, and pension funds. It is also a pioneer in Indonesia for sharia insurance and micro insurance.



Perjalanan Allianz di Indonesia berawal lebih dari 30 tahun yang lalu saat Allianz Group mendirikan kantor perwakilannya di Jakarta pada tahun 1981.

Pertumbuhan ekonomi yang melesat menjadikan Indonesia salah satu pasar tercepat di Asia Tenggara, dimana hal ini mendorong peluang pasar baru bagi industri asuransi. Pada tahun 1989 Allianz memperluas usahanya dengan mendirikan entitas asuransi umum yang beroperasi penuh melalui PT Asuransi Allianz Utama Indonesia (Allianz Utama Indonesia). Allianz Utama Indonesia yang fokus pada asuransi umum hingga kini merupakan pemain kunci di industri asuransi umum di Indonesia.

The story of Allianz in Indonesia dates back to more than 30 years when Allianz Group set up a representative office in Jakarta in 1981.

With the Indonesian economy grow burgeoning into one of the fastest market in Southeast Asia, hence helping create a promising new market for insurance. In 1989 Allianz expanded its presence by establishing a fully operating general insurance entity through PT Asuransi Allianz Utama Indonesia (Allianz Utama Indonesia). Allianz Utama Indonesia focuses on general insurance and to date remains a key player in the country's general insurance industry.

Budaya Perusahaan

Integritas

Kami menjunjung tinggi kualitas individu dan prinsip moral.

Menghormati

Kami memperlakukan setiap orang secara sopan, hormat dan bermartabat.

Adil dan Setara

Kami memperlakukan semua orang secara setara, adil, dan dengan cara yang wajar.

Peduli

Kami peduli dan mengerti perasaan orang lain.

Corporate Culture

Integrity

We uphold our personal quality and moral principles.

Respect

We treat others with politeness, honor and admiration.

Fair and Just

We treat others with equality, right, and in reasonable ways.

Compassion

We care and empathized for the misfortune of others.

Pada tahun 1996 atau kurang dari satu dekade kemudian, Allianz memperkuat komitmennya di Indonesia dengan memasuki bisnis asuransi jiwa & kesehatan melalui PT Asuransi Allianz Life Indonesia (Allianz Life Indonesia), hal ini sebagai upaya untuk memaksimalkan peluang pasar yang menjanjikan.

Kini, Allianz di Indonesia siap melayani nasabah di 54 kota, dengan 5 pusat pelayanan Allianz Center di Jakarta, Bandung, Surabaya, Medan, dan Denpasar, 21 *Customer Service Point*, serta dukungan lebih dari 85 Kantor Pemasaran Mandiri Allianz Life, dan 27 Kantor Pemasaran Allianz Utama. Allianz juga didukung oleh lebih dari 1.300 karyawan dan kanal distribusi yang terdiri dari 16.000 tenaga penjualan serta mitra bank dan kanal distribusi lainnya.

Allianz Utama Indonesia

Sebagai salah satu perusahaan asuransi asing pertama yang merambah sektor asuransi umum di Indonesia, Allianz Utama Indonesia terbukti mampu melewati berbagai tantangan dan dinamika industri selama 25 tahun beroperasi.

In 1996 or less than a decade later, Allianz strengthened its commitment to Indonesia by entering the life & health insurance business through PT Asuransi Allianz Life Indonesia (Allianz Life Indonesia) – aiming to capitalize on the promising market.

Today, Allianz in Indonesia is ready to serve customers with presence in in 54 cities, with 5 service centers called Allianz Centers in Jakarta, Bandung, Surabaya, Medan, and Denpasar, 21 Customer Service Point, supported by more than 85 Allianz Life Independent Sales Offices, and 27 Allianz Utama Marketing Offices. Allianz is also supported by more than 1,300 employees and a network of more than 16,000 sales professionals as well as bank partners and other distribution channels.

Allianz Utama Indonesia

As one of the first foreign insurers venturing into Indonesia's general insurance sector, Allianz Utama Indonesia has withstood numerous challenges and uncertainties in the market during the 25 years of its operations.

Sejak 21 Desember 1989, Allianz Utama Indonesia telah hadir sebagai pemberi solusi asuransi umum yang meliputi asuransi kendaraan bermotor, properti, rekayasa, pengangkutan, tanggung jawab hukum pihak ketiga, dan asuransi aneka. Proteksi tersebut diberikan secara konvensional dan syariah untuk memenuhi kebutuhan asuransi nasabah perorangan, bisnis kecil menengah (UKM) dan korporasi atau industrial.

Saat ini, Allianz Utama memiliki jaringan pemasaran di 27 kantor cabang dan pemasaran yang tersebar dari Jawa, Sumatra, Kalimantan, Bali, Sulawesi, hingga Papua.

Allianz Utama juga menjalin kemitraan dengan berbagai perusahaan ternama, bekerja sama dengan *broker*, mitra bank, serta lebih dari 500 *dealer* mobil dan bengkel. Selain itu, Allianz Utama didukung oleh lebih dari 200 agen perjalanan, dan 1.500 agen asuransi bersertifikat Asosiasi Asuransi Umum Indonesia (AAUI) yang tersebar di seluruh Indonesia.

Allianz Life Indonesia

Di usianya yang masih tergolong muda, sejak tahun 2006 Allianz Life Indonesia telah termasuk dalam lima perusahaan asuransi jiwa teratas berdasarkan hasil Pendapatan Premi Bruto (PPB) dan Premi yang Disetahunkan. Pada tahun 2014, Allianz Life Indonesia telah menempati posisi kedua di industri asuransi jiwa.

Allianz Life Indonesia berdiri pada tanggal 16 Agustus 1996 untuk memberikan solusi-solusi inovatif, termasuk produk *unit link* – yang merupakan kombinasi antara proteksi dan investasi. Produk ini melengkapi skema asuransi jiwa dan kesehatan yang menyeluruh bagi nasabah individual baik konvensional dan syariah, serta program *employee benefits* dan dana pensiun bagi nasabah korporat.

Hal ini didukung oleh jaringan tenaga penjualan profesional yang berlisensi melalui Allianz Star Network (ASN). Selain itu, Allianz Life Indonesia juga didukung oleh *Account Executive* handal, bekerja sama dengan *broker* asuransi terdepan di Indonesia serta berbagai institusi perbankan terkemuka, yaitu HSBC, BTPN, ANZ, Bank Ekonomi, Bank Muamalat, dan Bank Permata.

Since 21 December 1989, Allianz Utama Indonesia has been present as a provider of general insurance solution that includes vehicle insurance, property, engineering, transportation, third party liability, and miscellaneous insurance. The protection is offered conventionally and in sharia way to meet the insurance needs of individual, small and medium business (SME) and corporate or industrial customers.

Currently Allianz Utama has a marketing network of 27 branches and marketing offices spread across the supporting cities of Java, Sumatra, Borneo, Bali, Sulawesi, to Papua.

Allianz Utama also has weaved partnerships with many leading companies, as well as working with broker, bank partners, more than 500 car dealerships and repair shops. In addition, Allianz Utama is supported by more than 200 travel agents, and 1,500 insurance agents with Asosiasi Asuransi Umum Indonesia (AAUI) spread throughout Indonesia.

Allianz Life Indonesia

Despite its relatively tender age, since 2006 Allianz Life Indonesia is ranked the top five of life insurance companies in terms of Gross Written Premium (GWP) and Annualized Net Premium (ANP). In 2014, Allianz Life Indonesia has made it into the second position in life insurance industry.

Allianz Life Indonesia was established on 16 August 1996 to offer innovative solutions in the coveted unit link product line – the unique combo that offers the best of protection and investment. This product complements the already extensive life and health insurance schemes for individual customers both conventional and sharia, as well as employee benefits programs and pensions for corporate customers.

This is indeed made possible by a vast network of licensed sales professionals of Allianz Star Network (ASN). In addition, Allianz Life Indonesia is also supported by reliable Account Executives, as well as leading insurance brokers in Indonesia, and leading banking institutions which are HSBC, BTPN, ANZ, Bank Ekonomi, Bank Muamalat, and Bank Permata.

Produk dan Layanan

Products and Services



Allianz Center

Melalui konsep layanan satu atap, Allianz Center melayani kebutuhan nasabah dan agen, mulai dari penanganan klaim, pembaharuan data, pengaturan polis, hingga *One Day Service* bagi pemegang polis MobilKu. Allianz Center hadir di Jakarta, Surabaya, Bandung, Medan, dan Denpasar.

Bagi nasabah *Hospital Cash Plan* yang melakukan pengajuan klaim asuransi kesehatan di Allianz Center Jakarta dapat menikmati layanan klaim cepat yang memakan waktu hanya 30 menit. Pembayaran klaim akan diterima di rekening bank nasabah dalam waktu satu hari kerja sejak surat konfirmasi pembayaran klaim diterima nasabah pada saat layanan diberikan.

Allianz Platinum Lounge

Diluncurkan pada bulan November 2012, *Allianz Platinum Lounge* disediakan khusus bagi nasabah prioritas Allianz. Sebagai sebuah penghargaan atas kepercayaan dan loyalitas nasabah istimewa tersebut, *Allianz Platinum Lounge* menawarkan kemewahan dan kenyamanan total, lengkap dengan layanan pribadi secara profesional, koneksi *wi-fi*, dan minuman gratis.

Customer Care Center

Nasabah Allianz Indonesia dapat menghubungi nomor *Customer Care Center* +6221-2926 9999 untuk mendapatkan layanan informasi yang menyeluruh, mulai dari info produk, hingga status klaim. Nasabah dapat menghubungi *Customer Care Center* dari Senin sampai Jumat pada pukul 08.00 WIB - 17.00 WIB.

Allianz Center

Through a one-stop-solution concept, Allianz Center caters to the needs of customers and agents, from claim handling, data updating, policy administering to *One Day Service* for MobilKu policy holders. Allianz Center is present in Jakarta, Surabaya, Bandung, Medan, and Denpasar.

Hospital Cash Plan customers could enjoy fast claim service for their health reimbursement claims at Allianz Center Jakarta, which will only take 30 minutes to process. The reimbursement will be transferred to customer's bank account one day after the claim payment confirmation letter is received by the customer.

Allianz Platinum Lounge

Introduced in November 2012, Allianz Platinum Lounge is made available exclusively for Allianz's priority customers. As an expression of appreciation to the trust and loyalty of this highly valued segment, Allianz Platinum Lounge offers total indulgence in luxury and convenience, complete with personalized service by dedicated professional, free *wi-fi* connection and refreshments.

Customer Care Center

Customers of Allianz Indonesia can contact Customer Care Center at +6221-2926 9999 to get comprehensive information from product information to claim status. Customer may contact Customer Care Center 08.00 WIB - 17.00 WIB from Monday to Friday.

Nasabah asuransi kesehatan Allianz Life juga dapat menghubungi *Medical Hotline* 24 jam di nomor tersebut untuk mendapatkan informasi rumah sakit rekanan dan jaminan rumah sakit. Layanan *Customer Care Center* bagi nasabah Allianz Utama juga siap melayani nasabah 24 jam sehari, tujuh hari seminggu.

Towing Car dan Emergency Road Assistance

Untuk nasabah asuransi mobil, Allianz Indonesia menyediakan layanan *Towing Car* dan *Emergency Road Assistance*. Layanan gratis ini memastikan nasabah tiba di rumah dengan selamat saat terjadi keadaan darurat di tengah jalan, seperti kehabisan bensin, ban kempes, aki rusak, kehilangan kunci mobil, dan lain sebagainya.

Segera setelah nasabah menghubungi *Customer Care Center*, tim khusus akan dikirim ke lokasi untuk memperbaiki atau menderek kendaraan ke bengkel rekanan Allianz Indonesia. Saat ini layanan tersebut tersedia di Jakarta, Depok, Tangerang, Bekasi, Bandung, Semarang, Surabaya dan Bali.

Digital Customer Journey

Allianz Indonesia terus berupaya memberikan layanan dengan nilai tambah melalui digitalisasi, sehingga nasabah dan masyarakat umum dapat memiliki pemahaman dan pengalaman berasuransi yang lebih baik.

Customer Online Portal

Allianz Indonesia juga menyediakan *Customer Online Portal* untuk memberikan kemudahan akses bagi para pemegang polis asuransi jiwa dan kesehatan maupun asuransi mobil dan asuransi perjalanan. Melalui *Customer Online Portal* ini nasabah Allianz Indonesia dapat memantau status polis, status klaim, perkembangan investasi dan harga unit, mengetahui berita-berita Allianz terbaru, dan lain-lain.

Allianz Life customers can also enjoy 24-hours medical assistance from Medical Hotline at the same phone number to get information on hospital partners and hospital guarantee. Customer Care Center service for Allianz Utama customers is also available 24 hours a day, seven days a week.

Towing Car and Emergency Road Assistance

For customers of car insurance, Allianz Indonesia provides Towing Car and Emergency Road Assistance services. This free service ensures that customers will arrive home safely and soundly when emergencies arise in the middle of the road at unlikely times, such as fuel shortage, flat tire, battery failure, loss of car keys, etc.

As soon as the customer contacts the Customer Care Center, a dedicated team will be dispatched to the location to repair or tow the vehicle to Allianz Indonesia's partner workshop. Currently this service is available in Jakarta, Depok, Tangerang, Bekasi, Bandung, Semarang, Surabaya and Bali.

Digital Customer Journey

Allianz Indonesia continues providing value-added service through digitalization, so customers and public could get better insurance understanding and experience.

Customer Online Portal

Allianz Indonesia also provides Customer Online Portal to give easy access for life and health insurance policy holders, as well as car insurance and travel insurance. Through Customer Online Portal, customers could monitor their policy status, claim status, investment progress and unit price, the latest Allianz news and others.

Bancassurance Portal

Telah tersedia portal khusus bagi *Insurance Specialist* (tenaga pemasaran mitra bank), dimana berfungsi untuk memonitor penjualan, menelusuri status polis, dan mengelola portofolio.

ASIS for iPad

Untuk mendukung mobilitas dan kebutuhan para agen *Allianz Star Network* (ASN) dalam pembuatan proposal serta ilustrasi manfaat asuransi kepada nasabah secara mudah dan nyaman, Allianz Indonesia menyediakan aplikasi *Allianz Sales Illustration System* (ASIS) untuk iPad.

eAZy Claim Application

Di Allianz Indonesia, nasabah dapat mengajukan klaim asuransi kesehatan dengan nyaman, mudah dan cepat melalui aplikasi *eAZy Claim*. Allianz *eAZy Claim* merupakan aplikasi *smartphone* untuk klaim kesehatan pertama di Indonesia, yang dapat membantu nasabah mengajukan klaim secara *online*, dimanapun dan kapanpun. Aplikasi *eAZy Claim* tersedia untuk sistem Android dan iOS.

ASN Tool Box

Saatnya agen-agen Allianz Star Network (ASN) memiliki alat penjualan digital yang mendukung mobilitas dalam melakukan prospek, pembuatan, persetujuan proposal dan ilustrasi manfaat yang dilanjutkan dengan melengkapi & pengiriman Surat Pengajuan Asuransi Jiwa (SPAJ) secara elektronik. Mereka juga dapat memonitor status proses secara cepat, mudah, dan nyaman. ASN Tool Box ini tersedia dalam bentuk aplikasi iPad yang dapat digunakan dalam moda *online* maupun *offline*.

Jurnal Allianz

Microsite Jurnal Allianz adalah inovasi terbaru dari Allianz Indonesia untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat umum mengenai asuransi secara mudah dan praktis. Jurnal Allianz dapat diakses melalui <http://jurnal.allianz.co.id>.

Bancassurance Portal

Bancassurance Portal is available for Insurance Specialist (sales force of bank partner) to access information and to manage their sales, track policy status, and manage the portfolio.

ASIS for iPad

To support the mobility and the requirement of Allianz Star Network's (ASN) agents in creating proposal and life insurance benefit illustration to customers in an easy and convenient way, Allianz Indonesia provides Allianz Sales Illustration System (ASIS) application for iPad.

eAZy Claim Application

In Allianz Indonesia, customers can easily submit their health insurance claims via the hassle-free eAZy Claim application. Allianz eAZy Claim is the first health claim application for smartphone in Indonesia, which can help customers file their claims online, wherever and whenever. eAZy Claim application is available for Android and iOS.

ASN Tool Box

It's time for Allianz Star Network (ASN) agents to have a digital sales tool that can support their mobility in prospecting, creating proposal, proposal and benefit illustration approval, continued by completion and submission of the Life Insurance Application Form (SPAJ) electronically. Agents can also monitor the status of the process. ASN Tool Box is made available on iPad and can be used in online and offline modes.

Jurnal Allianz

Jurnal Allianz microsite is Allianz Indonesia's latest innovation to provide a better understanding on insurance to the general public in an easy and practical way. Jurnal Allianz can be accessed via <http://jurnal.allianz.co.id>.

Allianz Investment Microsite

Pada Desember 2014, Allianz Indonesia kembali memberikan terobosan dengan menyediakan *microsite* khusus perencanaan keuangan melalui Allianz Investment Microsite yang dapat diakses melalui: <http://investment.allianz.co.id>

Tujuan dari *microsite* ini adalah menyediakan informasi dan akses yang mudah bagi masyarakat untuk membantu mereka membuat perencanaan keuangan, dengan fitur unggulan kalkulator asuransi. Fitur lainnya terdiri dari kalkulator investasi, kalkulator dana pensiun, serta kalkulator dana pendidikan. Juga tersedia kinerja *fund* Allianz dan artikel sebagai referensi perencanaan keuangan.

Website Allianz Indonesia

Untuk mendapatkan informasi lengkap mengenai Allianz di Indonesia, baik jenis produk, layanan, jaringan dan program-program lainnya dari Allianz Life dan Allianz Utama, nasabah dan masyarakat umum dapat mengakses <http://www.allianz.co.id>. Sejak tahun 2014, nasabah Allianz Utama juga dapat melakukan pengajuan klaim asuransi perjalanan di website Allianz Indonesia.

Media Sosial

Allianz Indonesia juga hadir di media sosial Facebook melalui [Allianz Indonesia Community](#) dan Twitter [@AllianzID](#), keduanya hadir untuk memberikan informasi terkini mengenai perusahaan, sarana promosi dan juga untuk lebih dekat dengan para nasabah maupun calon nasabah.

Allianz Investment Microsite

In December 2014, Allianz Indonesia again made a breakthrough by providing a dedicated microsite for financial planning information through Allianz Investment Microsite that can be accessed via the following website: <http://investment.allianz.co.id>

The purpose of this microsite is to provide information and easy access for public to help them create financial planning, with flagship feature the insurance calculator. Other features include investment calculator, retirement calculator, and education fund calculator. Are also available performance fund Allianz and articles as reference in financial planning.

Allianz Indonesia Website

To obtain complete information about Allianz in Indonesia, from types of products, services, networks to other programs of Allianz Life and Allianz Utama, customers and the general public can access <http://www.allianz.co.id>. Since 2014, Allianz Utama's customers can file a travel insurance claim via the website of Allianz Indonesia.

Social Media

Allianz Indonesia is also present in social media, which is an account in the Facebook, namely [Allianz Indonesia Community](#), and twitter account, [@AllianzID](#), both are present to provide the latest information about the company, as well as promotional media and to reach out to customers and prospective customers.

Allianz Life



Health Insurance

Kami menawarkan cakupan asuransi kesehatan yang tepat untuk Anda. Melindungi diri tidak pernah semudah ini.

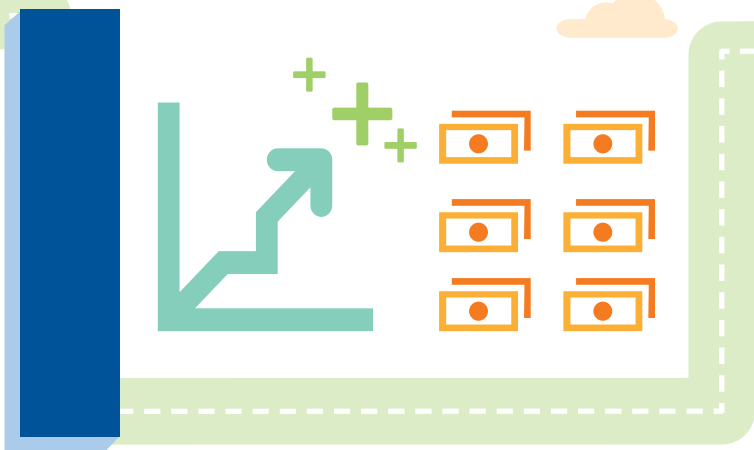
We offer a range of comprehensive health insurance that suits you. Protecting yourself is never this easy.



Investment Fund

Mulailah menumbuhkan kekayaan Anda melalui program dana investasi kami yang profesional.

Start growing your wealth through one of our professionally managed investment funds.



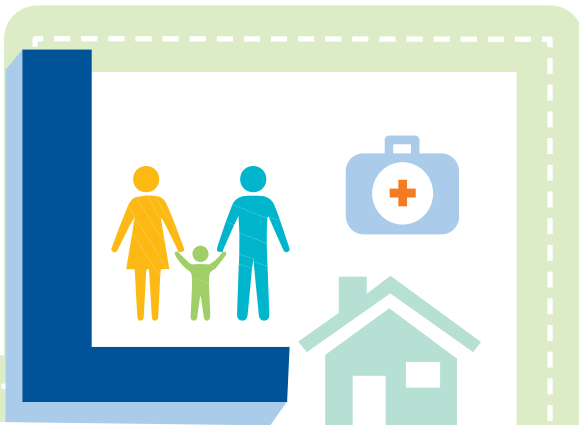
Asuransi Jiwa Life Insurance

A. Allianz Star Network

Untuk memberikan layanan penjualan dan purna jual yang profesional, Allianz Indonesia didukung lebih dari 14.000 agen yang telah memiliki lisensi Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI), 21 Customer Service Point, serta 87 Kantor Pemasaran Mandiri (KPM) di seluruh Indonesia. Berikut adalah pilihan produk *unit link* yang dipasarkan melalui ASN. Untuk mengakomodir kebutuhan nasabah, beberapa di antaranya tersedia dalam versi syariah.

A. Allianz Star Network

In order to provide professional sales and after sales service, Allianz Indonesia is supported by more than 14,000 registered agents who have obtained their license from AAJI, 21 Customer Service Point, as well as 87 Independent Marketing Office. Here is a selection of unit link products marketed through ASN, some of which are available in sharia version to accommodate customer's needs.



Life Insurance

Miliki ketenangan pikiran dengan mengetahui keamanan masa depan keuangan keluarga Anda, dengan menghidupi untuk mereka ketika Anda mungkin tidak lagi mampu, melalui pilihan program perlindungan seumur hidup kami.

Have a peace of mind knowing that your family's financial future is secure, by providing for them when you may no longer be able to do, with our different lifetime protection option.

Sharia

Tentramkan pikiran Anda dengan produk AlliSyra, yang didasarkan oleh prinsip berbagi dan menolong sesama. Anda tidak perlu khawatir harus memilih antara yang benar dan yang nyaman.

Ensure your peace of mind with AlliSyra products, based on the principle of sharing and helping each other. You will never have to worry about choosing what is right and what is convenient.



Micro Insurance

Semua orang berhak untuk melindungi dirinya sendiri dari berbagai risiko, asuransi mikro menawarkan program perlindungan dengan biaya yang terjangkau.

Everyone should be able to protect themselves from any risks, microinsurance offers an affordable way of protecting against these risks.

SmartLink Flexi Account Plus

Produk ini memberikan perlindungan jiwa yang maksimal serta alokasi yang positif semenjak tahun pertama polis ini aktif. SmartLink Flexi Account Plus juga bisa dilengkapi dengan pilihan manfaat tambahan terhadap 100 kondisi penyakit kritis, perlindungan terhadap risiko meninggal atau cacat akibat kecelakaan, cacat total karena sakit atau kecelakaan, pembebasan premi, serta santunan harian apabila peserta harus dirawat inap dan operasi di rumah sakit. Juga tersedia dalam versi syariah, **AlliSyra Protection Plus**.

SmartLink Flexi Account Plus

This product provides maximum life protection benefits with positive allocations for investment from the first year. Flexi Account Plus also provides additional benefits such as protection against 100 critical illness conditions, accidental death or disability, total permanent disability due to illness or accident, premium exemption, as well as daily benefits if the participant must be hospitalized and undergo surgery at hospital. Also available in sharia version, **AlliSyra Protection Plus**.

SmartLink New Flexi Account

Memberikan manfaat asuransi sekaligus investasi dengan pembayaran premi berkala yang memberikan solusi keuangan yang komplit bagi setiap nasabah. Juga tersedia versi syariah, [AlliSy Protection](#).

SmartLink Maxi Fund Plus

Merupakan produk *unit link* dengan pembayaran premi sekaligus yang memberikan manfaat investasi yang maksimal disertai juga dengan perlindungan jiwa. Juga tersedia dalam versi syariah, [AlliSy Maxi Fund Plus](#).

MyEducation

Merupakan produk tradisional yang dirancang khusus untuk mempersiapkan dana pendidikan mulai dari SD, SMP, SMA, sampai ke perguruan tinggi berupa dana tunai tahunan hingga anak berusia 23 tahun.

MyFuture

Produk tradisional yang memberikan perlindungan asuransi dan juga jaminan masa depan keuangan pada saat usia pensiun sampai dengan usia 70 tahun.

MyProtection

Produk tradisional yang memberikan perlindungan masa depan keluarga yang dirancang khusus bagi pencari nafkah keluarga. Jika terjadi risiko jiwa terhadap Tertanggung, Allianz akan memberikan santunan kepada ahli waris.

SmartLink New Flexi Account

This product provides insurance and investment benefits with regular premium payments that provide complete financial solutions for the policy holder. Also available in sharia version, [AlliSy Protection](#).

SmartLink Maxi Fund Plus

A unit-link product with single premium payment that provides maximum investment benefits coupled with life protection for policy holder. Also available in sharia version, [AlliSy Maxi Plus Fund](#).

MyEducation

A traditional product designed specifically for financing of education from elementary, junior high, high school, up to college in annual cash sum up to the age of 23 years old.

MyFuture

A traditional product that provides insurance coverage and guaranteed financial future since entering retirement age up to 70 years old.

MyProtection

A traditional product that provides future protection designed specifically for the breadwinner. In the event of the insured's death, Allianz will pay the benefit to the beneficiary.

B. Bancassurance

Allianz Indonesia bekerja sama dengan bank lokal maupun bank asing dalam mendistribusikan produk asuransi berkualitas yang disesuaikan dengan kebutuhan nasabah dari masing-masing mitra bank Allianz. Saat ini, mitra bank yang bekerja sama dengan Allianz yaitu: HSBC, BTPN, Bank Ekonomi, ANZ, Bank Permata dan Bank Muamalat.

1. Produk-produk Unit Link

a. Unit Link Premi Berkala

Produk *unit link* dengan metode pembayaran premi berkala mulai dari bulanan hingga tahunan.

- **Front End Positive Allocation**
Produk *unit link* dengan alokasi premi yang sudah terbentuk sejak tahun pertama polis aktif. Asuransi ini sangat cocok untuk mereka yang mengutamakan proteksi dalam kehidupannya.
- **Hybrid**
Produk *unit link* dengan alokasi premi yang optimal dimana di tahun pertama pembayaran premi sudah dialokasikan sebesar 50 persen. Produk ini sangat cocok untuk mereka yang menginginkan keseimbangan antara proteksi dan investasi dalam hidupnya.
- **Back End**
Produk *unit link* yang memberikan alokasi 100 persen mulai dari tahun pertama polis tersebut aktif. Produk ini sangat cocok bagi mereka yang mengutamakan investasi dalam kehidupannya.

b. Unit Link Premi Tunggal

Produk asuransi *unit link* dengan metode pembayaran secara langsung atau sekaligus untuk dapat membantu pemegang polis dalam mencapai tujuan finansialnya.

B. Bancassurance

Allianz Indonesia teaming up with both domestic and foreign bank partners, has been distributing the best products suitable for the Bank Partner's profiles and customer's needs. Currently, Allianz's bank partners include: HSBC, BTPN, Bank Ekonomi, ANZ, Permata Bank & Bank Muamalat.

1. Unit Link Products

a. Regular Premium UnitLink

Unit link product with regular premium payment method starts from monthly up to annually.

- **Front End Positive Allocation**
Unit link product with premium allocation to investment since the first year of the policy activation. The product is suitable for those who emphasize on protection in their life.
- **Hybrid**
Unit link product with optimal premium allocation to investment, where 50 percent of the premium will be allocated for investment since the first policy year. The product is suitable for those who want to balance their investment with protection.
- **Back End**
Unit link product which provides 100 percent of premium allocation for investment since the first policy year. This product is suitable for those who focus on their investment.

b. Single Premium Unit Link

Unit link product with single premium payment method to help Policy holder achieve their financial purposes.

2. Asuransi Dwiguna/Produk Asuransi Tradisional

a. Produk Premi Berkala

Produk asuransi jiwa tradisional dengan metode pembayaran premi berkala mulai dari bulanan hingga tahunan.

- **Asuransi Pendidikan**
Jaminan akan persiapan dana pendidikan buah hati tercinta.
- **Asuransi Dana Pensiun**
Jaminan persiapan menghadapi masa pensiun yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan pemegang polis.

b. Produk Premi Tunggal

Produk asuransi jiwa tradisional dengan metode pembayaran premi sekaligus, dengan jaminan tingkat pengembalian sehingga dapat memberikan ketenangan dalam menjalani hidup kedepannya.

2. Endowment /Traditional Products

a. Regular Premium Products

Traditional /endowment product with regular premium payment method, starting from monthly basis up to annual basis.

- **Education Insurance**
Insurance product to help policy holder in preparing their children education with guaranteed cash value.
- **Pension Insurance**
Insurance product to help policy holders prepare their guaranteed pension that can be adjusted with the needs of the police holder.

b. Single Premium

A single premium endowment product with guaranteed return rate to provide policy holder with a peace of mind in living their future life.

Manfaat Tambahan *Rider*

Accidental Death & Disablement Benefit

Perlindungan terhadap risiko meninggal dunia, cacat tetap total dan cacat tetap sebagian sebagai akibat dari kecelakaan.

Critical Illness Plus / CI Accelerated

Perlindungan terhadap 49 jenis penyakit kritis dimana terdapat dua pilihan sesuai dengan kebutuhan nasabah. Manfaat dapat dibayarkan tanpa atau dengan mengurangi Manfaat Asuransi Dasar.

CI 100

Merupakan manfaat tambahan yang memberikan perlindungan terlengkap terhadap 100 kondisi penyakit kritis. CI100 memberikan perlindungan terhadap Tertanggung dimulai dari kondisi awal (*early CI*) sampai dengan kondisi akhir (*advanced CI*), bahkan untuk kondisi terparah sekalipun (*catastrophic CI*).

Accidental Death & Disablement Benefit

Protection against the risk of death, total permanent disability and partial permanent disability as a result of accident.

Critical Illness Plus / CI Accelerated

Protection against 49 types of critical illnesses with 2 options to suit the needs of the customer. The benefits will be paid without or by reducing the Basic Insurance Benefits.

CI 100

The most comprehensive additional benefits that protect against 100 critical illnesses. CI100 protects the insured from the early stage (*early CI*) to the advanced stage (*advanced CI*) and even to the worst condition (*catastrophic CI*).

Lebih menarik lagi, Tertanggung akan mendapatkan perlindungan hingga usia 100 tahun dan memiliki fasilitas kelipatan klaim selama manfaat polis asuransi tambahan berlaku.

Total Permanent Disability/ TPD Accelerated

Perlindungan terhadap Cacat Tetap Total akibat penyakit atau pun kecelakaan, dimana terdapat dua pilihan sesuai dengan kebutuhan nasabah. Manfaat dapat dibayarkan tanpa atau dengan mengurangi Manfaat Asuransi Dasar.

Payor Protection/Spouse Payor Protection

Manfaat yang menawarkan pembebasan premi dan Allianz akan melanjutkan premi tersebut sampai dengan usia 65 tahun, jika pemegang polis/pasangan pemegang polis meninggal dunia.

Payor Benefit / Spouse Payor Benefit

Manfaat yang menawarkan pembebasan premi dan Allianz akan melanjutkan premi tersebut sampai dengan usia 65 tahun, jika pemegang polis/pasangan pemegang polis terdiagnosa salah satu dari 49 penyakit kritis atau mengalami cacat tetap total.

Flexicare Family

Perlindungan terhadap risiko kesehatan untuk nasabah dan keluarganya bila harus menjalani rawat inap di rumah sakit. Maksimum jumlah unit yang diambil adalah 15 unit dan satu unit setara Rp 100.000.

Hospital and Surgical Care Plus

Perlindungan terhadap kesehatan di rumah sakit yang komprehensif diberikan oleh layanan *Hospital & Surgical Care Plus* yang memberikan manfaat rawat inap serta pembedahan yang dilengkapi dengan manfaat tambahan, berupa kemoterapi, dialisa, dan fisioterapi. Manfaat tersebut dapat diajukan secara penebusan ataupun non tunai.

More interestingly, the insured will be protected until the age of 100 and have multiple claims flexibility as long as the additional insurance benefits are still in effect.

Total Permanent Disability/ TPD Accelerated

Protection against Total Permanent Disability due to illness or accident, with two options to suit the customer's needs. The benefits will be paid without or by reducing the Basic Insurance Benefits.

Payor Protection/ Spouse Payor Protection

Benefits that offer premium exemption, whilst Allianz will continue paying the Premium until the age of 65, if the policy holder/ spouse of the policy holder dies.

Payor Benefit / Spouse Payor Benefit

Benefits that offer premium exemption and Allianz will continue the Premium until the age of 65 years old, if the policy holder/ spouse of the policy holder is diagnosed with one of the 49 critical illness or incurs a total permanent disability.

Flexicare Family

Protection against health risks for the customers and their families in the event of inpatient care at hospital. The maximum number of units taken is 15 units and each unit equivalent is to IDR 100,000.

Hospital and Surgical Care Plus

Comprehensive health protection in the form of comprehensive hospitalization benefits and surgical that come with other additional benefits, such as chemotherapy, dialysis and physiotherapy. The benefits may be submitted in the form of reimbursement as well as cashless.



Asuransi Kesehatan Health Insurance

Asuransi Kesehatan Individu

SmartHealth Maxi Violet

Asuransi kesehatan yang memberikan manfaat yang tepat bagi Anda dan keluarga (bila diikutsertakan), melalui penggantian biaya rawat inap dan santunan bila meninggal dunia akibat penyakit atau kecelakaan. Juga tersedia dalam versi syariah, *AlliSya Care*.

SmartMed Premier

Asuransi kesehatan yang komprehensif dengan jangkauan seluruh dunia yang menyediakan manfaat rawat inap, kemoterapi, hemodialisis, biaya pemakaman, evakuasi darurat & repatriasi, dan manfaat pilihan lainnya sebagai solusi pembayaran fasilitas kesehatan bagi Anda.

Asuransi Kesehatan Kumpulan

SmartHealth Group

Program asuransi yang dapat membantu perusahaan dalam menyediakan perlindungan kesehatan terhadap karyawan dan keluarga. Allianz memberikan perlindungan yang lengkap mulai dari rawat inap, rawat jalan, kehamilan, perawatan gigi sampai denganacamata. Allianz memiliki tiga produk asuransi kumpulan yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan setiap perusahaan yaitu: *SmartHealth Blue Sapphire (Indemnity)*, *SmartHealth Light Titanium (Indemnity dalam USD)* *SmartHealth Classic Premier* (sesuai tagihan).

Individual Health Insurance

SmartHealth Maxi Violet

A health insurance that provides the right benefits for you and your family (if included), through reimbursement of inpatient care as well as benefit at death due to illness or accident. Also available in sharia version, *AlliSya Care*.

SmartMed Premier

A comprehensive health insurance with worldwide coverage that provides hospitalization benefit, chemotherapy, hemodialysis, funeral fee, emergency evacuation and repatriation, and other optional benefit as a payment method facility for your health protection.

Group Health Insurance

SmartHealth Group

Health insurance program for group participants in providing health benefits if the employee or family gets sick. Allianz also gives comprehensive benefits that range from health maintenance, pregnancy, dental care, and up to glasses care. The product is available in three choices tailored to health service requirement and the company's budget for employee health care: *SmartHealth Blue Sapphire (indemnity)*, and *SmartHealth Light Titanium (indemnity in USD)*, and *SmartHealth Classic Premiere* (according to bill payment).



Asuransi Mikro Micro Insurance

Payung Keluarga

Merupakan produk asuransi mikro yang memberikan perlindungan asuransi jiwa kredit apabila peserta (debitur) meninggal dunia karena sakit atau kecelakaan selama jangka waktu kredit. Manfaat yang diterima antara lain, jika si peminjam kredit meninggal dunia maka sisa pinjaman yang masih ada akan dibayarkan oleh Allianz. Kelebihan produk ini adalah manfaat yang diterima oleh ahli waris yaitu sebesar dua kali dari jumlah pinjaman sebagai tambahan yang dibayarkan.

Payung Keluarga

A micro insurance product that provides credit life insurance protection if the participant (debtor) dies of illness or accident during the credit period. The benefits include among others, if the borrower dies then the remaining loan will be paid off by Allianz. The advantage of this product is that the benefit received by the beneficiary is twice the amount of the loan as additional amount paid.



Dana Investasi Investment Fund

Allianz Indonesia menyediakan 50 pilihan *fund* bagi nasabah, dengan 30 di antaranya adalah *fund unit link*. Di tahun 2014, Allianz Indonesia telah meluncurkan dua *fund* baru untuk semakin melengkapi pilihan *fund* yang beragam: SmartLink Guardia Dana Pendapatan Tetap, khusus untuk nasabah BTPN, dan SmartWealth Equity IndoGlobal yang merupakan *fund unit link* untuk pasar global. Nasabah dapat memilih *fund* yang sesuai dengan tujuan investasi dan profil risiko masing-masing. Secara regular setiap tahun perusahaan mengirimkan laporan kinerja *fund unit link* secara langsung kepada nasabah, agar mereka dapat memonitor perkembangan investasinya.

Allianz Indonesia offers 50 alternative funds for customers, 30 of which are unit link fund. In 2014, Allianz Indonesia have launched two new funds to complete an already varied fund choice: SmartLink Guardia Dana Pendapatan Tetap for BTPN's customers, and SmartWealth Equity IndoGlobal, the first unit link fund for global market. Customers may select the fund to suit their investment objectives and risk profiles. The company regularly sends unit link fund annual report directly to customers so that they are able to monitor their investment performance.

Allianz Utama

D

Dana KesehatanKu

Solusi perlindungan kesehatan bagi mereka yang mencari fleksibilitas dalam santunan tunai.

The health protection solution for those looking for flexibility with its cash benefit.



MobilKu

Prioritas kami adalah keamanan Anda. MobilKu merupakan pilihan terbaik untuk melindungi kendaraan Anda dengan berbagai macam keuntungan sesuai dengan kebutuhan Anda.

Our priority is your safety. MobilKu is the best option to protect your vehicle with various benefits to meet your needs.

M

Kartu ProteksiKu

Mempunyai perlindungan kecelakaan pribadi tidak pernah semudah ini. Daftarkan diri Anda melalui SMS dan dapatkan manfaat hingga Rp 25 juta per polis.

Getting personal accident protection is never this easy. Register yourself via SMS and get the benefit up to IDR 25 million per policy.



Asuransi Umum *General Insurance*

MobilKu

Asuransi perlindungan terhadap kerusakan mobil akibat tabrakan, kecelakaan, kehilangan, pencurian, maupun risiko-risiko lainnya di jalan raya. Asuransi ini merupakan asuransi mobil pertama di Indonesia yang menawarkan pilihan penyelesaian klaim dalam bentuk penggantian uang kepada Tertanggung sebagai kompensasi atas kerusakan minor mobil dengan estimasi klaim maksimum sebesar Rp 1,5 juta dalam satu periode pertanggung. Asuransi ini juga memberikan perlindungan maksimal Rp 2 juta atas kehilangan harta benda milik pribadi (kecuali perhiasan dan logam mulia) yang ada di dalam mobil saat hilang, akibat dicuri atau mengalami kerusakan total. Juga tersedia dalam versi syariah, [AlliSya MobilKu](#).

MobilKu

Insurance protection against damage to car due to crash, accident, loss, theft, or other risks on the highway. The product is the first car insurance in Indonesia that offers the flexibility to settle claims in the form of reimbursement to the Insured as compensation for the minor damage to the car with a maximum claim of IDR 1.5 million in one protection period. This insurance also provides protection of up to IDR 2 million for the loss of private property (except jewelry and precious metal) in the car due to loss, stolen or total damage. Also available in sharia version, [AlliSya MobilKu](#).

The infographic features a large orange letter 'R' on the left and a large orange letter 'T' on the right. The 'R' is partially enclosed by a blue dashed-line border. The 'T' is positioned above a blue dashed-line path that leads to a blue box containing an icon of a person with a suitcase. The background includes green clouds, palm trees, and a green airplane icon.

RumahKu

Dapatkan program asuransi yang dapat diandalkan untuk rumah dan barang-barang berharga Anda dari RumahKu, karena rumah idaman anda layak mendapatkan cinta dan perlindungan.

Get reliable insurance for your house and your valuable stuff with RumahKu, because your dream home deserves love and protection.

TravelPRO

Percayakan diri Anda pada perlindungan A-Z dari TravelPRO, kemanapun tujuan anda.

Pack away your worries with our A-Z coverage from TravelPRO, wherever your destination is.

RumahKu

Asuransi khusus untuk rumah tinggal yang menyediakan perlindungan komprehensif termasuk kerusakan maupun kerugian atas bangunan dan isi rumah. Asuransi juga bisa dilengkapi dengan perluasan manfaat kerusakan, huru-hara, gempa, letusan gunung berapi, perampokan, pencurian, dan banjir. Juga tersedia dalam bentuk syariah, [AlliSya RumahKu](#).

RumahKu

Insurance for residential house that provides comprehensive protection including damage or loss on building and its contents. This insurance may be enhanced with protection against riots, earthquakes, volcanic eruptions, robbery, theft, and flood. Also available in sharia version, [AlliSya RumahKu](#)

Kartu ProteksiKu

Asuransi kecelakaan diri yang memberikan santunan untuk meninggal dunia dan cacat tetap yang diakibatkan kecelakaan, dengan perlindungan selama satu tahun dan berlaku di seluruh dunia. Dengan premi yang sangat terjangkau, Rp 27.500 per tahun per polis, nasabah mendapatkan manfaat hingga Rp 25 juta per polis. Nasabah dapat memiliki maksimum lima polis Kartu ProteksiKu dengan manfaat asuransi kecelakaan diri hingga Rp 125 juta. Proses pendaftaran dilakukan melalui SMS dan berlaku 24 jam setelah aktivasi via SMS berhasil dan mendapat konfirmasi aktivasi polis via SMS. Polis dapat dimiliki sejak usia 30 hari hingga 60 tahun.

Dana KesehatanKu

Asuransi kesehatan yang memberikan santunan tunai untuk rawat inap di rumah sakit serta santunan untuk pembedahan, akibat kecelakaan maupun sakit. Dana KesehatanKu berlaku untuk individu (perorangan). Dengan premi terjangkau Rp 300.000 untuk satu tahun, nasabah akan memperoleh manfaat santunan tunai rawat inap sebesar Rp 250.000 per hari selama maksimal 180 hari per periode polis, dan santunan pembedahan 50 persen dari biaya pembedahan, dengan nilai maksimal Rp 2.500.000 per satu periode rawat inap.

Proses pendaftaran dilakukan melalui SMS, mulai berlaku 24 jam setelah aktivasi via SMS berhasil dan mendapat konfirmasi aktivasi polis via SMS. Polis yang aktif dapat diperpanjang hingga usia 64 tahun.

TravelPRO

Asuransi perjalanan luar negeri dengan premi dimulai dari sebesar USD 3 dengan manfaat berupa biaya medis karena sakit dan kecelakaan hingga sebesar USD 100.000 di seluruh dunia. TravelPRO juga memberikan manfaat berupa santunan harian rawat inap rumah sakit luar negeri, layanan evakuasi dan repatriasi, biaya darurat untuk keluarga yang menemani, dan santunan duka dalam hal meninggal dunia.

Kartu ProteksiKu

Personal accident insurance that provides compensation for death and permanent disability due to accident, with a period of one year and valid worldwide. With a very affordable premium of IDR 27,500 per year per policy, customers will get the benefit of up to IDR 25 million per policy, and the policy has a maximum of five ProteksiKu Cards with personal accident benefit of up to IDR 125 million. The registration process is done via SMS and the policy takes effect 24 hours after successful activation via SMS, with confirmation on policy activation also sent via SMS. An active policy is valid for the age of 30 days to 60 years old.

Dana KesehatanKu

Health insurance that provides cash benefit for hospital inpatient as well as compensation for surgery due to accident or illness. Dana KesehatanKu is valid for individual. With affordable premium of IDR 300,000 for one year, customers will get the cash benefit of inpatient hospitalization of IDR 250,000 per day for a maximum of 180 days per policy period, and surgery benefit of 50 percent of the cost of the surgery, with a maximum value of IDR 2,500,000 per one period of hospitalization.

The registration process is done via SMS and the policy takes effect 24 hours after successful activation via SMS, with confirmation on policy activation also sent via SMS. An active policy may be extended of up to 64 years old of age.

TravelPRO

Overseas travel insurance with premium starting from USD 3 with benefits such as medical costs due to illness and accidents of up to USD 100,000 around the world. TravelPRO also provides the benefits of daily hospitalization in hospitals abroad, and repatriation and evacuation services, emergency fund for the accompanying family, and death benefit in the event of death.

Asuransi lainnya

Rekayasa

Erection All Risks, Construction All Risks, Machinery Breakdown, Electronic Equipment Insurance, Engineering Completed Risk, Electronic Equipment Insurance, Boiler Pressure Vessel, Deterioration in Cold Storage.

Properti

Asuransi Kebakaran, *Property All Risk*, dengan atau tanpa tambahan: gangguan bisnis, gempa bumi, banjir, pencurian, kerusakan, pemogokan, perbuatan jahat, huru-hara.

Kendaraan

Fleet Motor Vehicle: Comprehensive & Total Loss.

Pengangkutan

Marine Cargo by Sea, land and air, Marine Hull (fronting business).

Kerugian

Personal Liability, Employer's Liability; Money Insurance; Fidelity Guarantee, Credit Insurance; Credit Card Insurance, Product Liability; Company Liability, Freight Forwarders Liability, Professional Liability; Automobile Liability; Port & Terminal Liability.

Other insurance

Engineering

Erection All Risks, Construction All Risks, Machinery Breakdown, Electronic Equipment Insurance, Engineering Completed Risk, Electronic Equipment Insurance, Boiler Pressure Vessel, Deterioration in Cold Storage.

Property

Fire Insurance, *Property All Risks*, with/without the addition: Business Interruption, Earthquake, Flood, Burglary/Theft, RSMDCC.

Vehicle

Fleet Motor Vehicle: Comprehensive & Total Loss.

Marine

Marine Cargo by Sea, Land and Air, Marine Hull (fronting business).

Casualty

Personal Liability, Employer's Liability; Money Insurance; Fidelity Guarantee, Credit Insurance; Credit Card Insurance, Product Liability; Company Liability, Freight Forwarders Liability, Professional Liability; Automobile Liability; Port & Terminal Liability.

Jejak Langkah

Milestones

1981

- Allianz AG mendirikan kantor perwakilan di Jakarta.
- Allianz AG set up a representative office in Jakarta.

1989

- PT Asuransi Allianz Utama Indonesia mulai beroperasi sebagai entitas yang beroperasi penuh, bergerak di bidang usaha asuransi umum.
- PT Asuransi Allianz Utama Indonesia started operations as a fully operating entity that focused on general insurance.

1996

- PT Asuransi Allianz Life Indonesia mulai beroperasi sebagai entitas yang beroperasi penuh, bergerak di bidang asuransi jiwa dan kesehatan.
- PT Asuransi Allianz Life Indonesia commenced operations as a fully operating entity that provided life and health insurance solutions.

2004

- Memulai kemitraan yang pertama dengan bank, yaitu Standard Chartered Bank.
- Commenced the first banking partnership, with Standard Chartered Bank.

2006

- Allianz Life masuk dalam 10 perusahaan asuransi teratas dengan Pendapatan Premi Bruto (PPB) di atas Rp 1 triliun.
- Cabang syariah pertama dibuka.
- Asuransi mikro Allianz diluncurkan sebagai asuransi mikro pertama di Indonesia.
- Allianz Life made the Top 10 Player with Gross Written Premium (GWP) above IDR 1 trillion.
- The first sharia branch office was opened.
- Allianz microinsurance was launched as the first microinsurance in Indonesia.

2007

- Allianz Center diluncurkan secara serentak di 5 kota yaitu Medan, Bandung, Surabaya, Denpasar dan Jakarta.
- Allianz Center was launched simultaneously in 5 cities - Medan, Bandung, Surabaya, Denpasar and Jakarta.

2010

- Yayasan Allianz Peduli didirikan pada tanggal 26 Januari 2010.
- Jumlah aset yang dikelola mencapai Rp 10 triliun dan PPB melampaui Rp 5 triliun.
- Yayasan Allianz Peduli was established on 26 January 2010.
- Asset Under Management (AUM) hit IDR 10 trillion and GWP topped IDR 5 trillion.

2011

- Allianz Star Network dibentuk.
- Bisnis asuransi mikro mencapai 1 juta nasabah
- Allianz Star Network was established.
- The microinsurance business now reached 1 million customers

2012

- Allianz di Indonesia (Allianz Utama dan Allianz Life) membukukan PPB gabungan sebesar Rp 8,8 triliun.
- Allianz in Indonesia (Allianz Utama and Allianz Life) booked combined GWP of IDR 8.8 trillion.

2013

- Melindungi lebih dari 3 juta Tertanggung di Indonesia
- PPB gabungan mencapai Rp 9,07 triliun.
- Lebih dari 2,7 juta nasabah dilindungi oleh asuransi mikro Allianz Indonesia.
- Protected more than 3 millions Insured in Indonesia
- Combined GWP reached IDR 9.07 trillion.
- More than 2.7 million customers covered by microinsurance of Allianz Indonesia.

2014

- PPB gabungan mencapai Rp 10,8 triliun.
- Allianz Life Indonesia menempati peringkat kedua pada industri asuransi jiwa dengan PPB mencapai Rp 9,7 triliun.
- Allianz Life Indonesia memperoleh peringkat pertama dalam pasar Employee Benefit
- Allianz Life Indonesia meluncurkan aplikasi eAZy Claim, aplikasi *mobile* klaim kesehatan pertama di industri.
- ASN memiliki tingkat pertumbuhan tertinggi untuk PPB dan bisnis baru individu diantara 10 keagenan lainnya yang bergerak dalam industri asuransi jiwa.
- Allianz Utama memperoleh PPB lebih dari Rp 1 triliun.
- Reaching a combined GWP of IDR 10.8 trillion.
- Allianz Life Indonesia ranked second in the life insurance industry with GWP reached IDR 9.7 trillion
- Allianz Life Indonesia ranked first in the Employee Benefit market.
- Allianz Life Indonesia launched eAZy Claim application, first mobile health application claims in the industry.
- ASN has the highest growth rate of GWP and new business individuals among 10 other agencies in life insurance industry.
- Allianz Utama obtained GWP more than IDR 1 trillion.

Peristiwa Penting 2014

2014 Significant Events

27 January Launching of Garuda Indonesia Travel Insurance



Allianz Utama Indonesia bekerja sama dengan Garuda Indonesia meluncurkan produk asuransi perjalanan khusus bagi para penumpang maskapai Garuda Indonesia.

Allianz Utama Indonesia cooperated with Garuda Indonesia to jointly launch a special travel insurance for Garuda Indonesia passengers.

25 February Allianz Indonesia Announce Financial Result 2013



Allianz Indonesia mengumumkan hasil kinerja keuangan di tahun 2013.

Allianz Indonesia announced financial results in 2013.

29 April Allianz Utama & Panorama Tour: PanoramaSure Launching

Peluncuran Panorama Sure, kerja sama Allianz Utama dengan Panorama Tour.

Launching Panorama Sure, cooperating between Allianz Utama and Panorama Tour.

26 May One Thing That Matters Launch

Peluncuran kampanye global *One Thing That Matters*.

Launching of the global campaign program of *One Thing That Matters*.

11 June Allianz Utama & Euler Hermes: Trade Credit Insurance Media Workshop

Allianz Utama bekerja sama dengan Euler Hermes menyelenggarakan pelatihan media tentang asuransi kredit perdagangan.

Allianz Utama has teamed up with Euler Hermes to jointly hold a media training on trade credit insurance.

23 June Allianz Junior Football Camp: Asia Camp in Bali



Allianz Indonesia menjadi tuan rumah untuk penyelenggaraan Asian Camp 2014 di Canggu, Bali sebagai bagian dari ajang Allianz Junior Football Camp.

Allianz Indonesia to host the Asian Camp 2014 in Canggu, Bali as part of the event Allianz Junior Football Camp.

04 August Jurnal Allianz Launch

Allianz Indonesia meluncurkan *microsite* yang bernama Jurnal Allianz sebagai sarana edukasi asuransi bagi masyarakat Indonesia.

Allianz Indonesia launched a *microsite* called Journal Allianz insurance as an educational tool for the Indonesian people.

13 August Pondok Indah Branch Opening

Pembukaan kantor Pemasaran Mandiri Allianz di Pondok Indah, Jakarta Selatan.

The opening of Allianz Independent Marketing office in Pondok Indah, South Jakarta.

24 August eAZy Claim application Launch

Allianz Life Indonesia meluncurkan layanan digital, eAZy Claim untuk pengajuan klaim asuransi bagi seluruh nasabah asuransi kesehatan baik individu maupun kumpulan.

Allianz Life Indonesia launched a digital application, eAZy Claim for filing health insurance claim for both individual and group customers.

08 September Basic Insurance Knowledge Blogger Workshop at Rumah Langsung

Workshop pengetahuan dasar asuransi bagi para *blogger* di Rumah Langsung.

Workshop on basic knowledge of insurance for bloggers at Rumah Langsung.

10 September Allianz Green Campaign Tree Planting at Sentul



Allianz Indonesia melakukan penanaman 2.000 pohon di kawasan Sentul Eco-Edu Tourism Forest. Kegiatan penanaman pohon ini menunjukkan komitmen Allianz Indonesia dan nasabahnya terhadap pelestarian lingkungan yang menggunakan *e-statement* sebagai pengganti laporan transaksi manual.

Allianz Indonesia planted 2,000 trees in Sentul Eco-Edu Tourism Forest. The tree planting activity reflected Allianz Indonesia and its customer's commitment to the environment by using e-statements to replace the manual billing transaction.

23 October Financial literacy training for OJK's Financial Literacy National Movement

Allianz Indonesia bekerja sama dengan OJK menggelar Seminar & EduExpo Keuangan untuk memberikan pelatihan literasi keuangan bagi warga kota Semarang.

Allianz Indonesia in cooperation with OJK held a Seminar & EduExpo Finance to provide financial literacy training for public in Semarang.

24 November RajaKarcis - JLT - Allianz Utama Ticket Protector Launch

Allianz Utama bersama RajaKarcis dan PT Jardine Lloyd Thompson meluncurkan RajaKarcis Ticket Protector, yaitu asuransi perlindungan tiket yang menjamin penggantian kerugian bagi nasabah RajaKarcis yang tidak dapat menghadiri suatu acara atau pertunjukan.

Allianz Utama has teamed up with RajaKarcis and PT Jardine Lloyd Thompson to launch RajaKarcis Ticket Protector, an insurance which guarantees restitution for RajaKarcis' customers who are unable to attend their event or show.

11 December Allianz Life introduced Allianz Health and Corporate Solutions

Allianz Life Indonesia memperkenalkan Allianz Health and Corporate Solutions (AHCS) dan memberikan pemaparan mengenai industri asuransi kesehatan di tahun 2015 seiring dengan penerapan BPJS di Indonesia.

Allianz Life Indonesia introduced Allianz Health and Corporate Solutions (AHCS) and shared knowledge on health insurance industry in 2015 along with the implementation of BPJS in Indonesia.

Penghargaan Awards

Allianz Life

► 10th Islamic Finance Award 2014 Karim Consulting Indonesia



2nd Rank Top Growth Islamic Life Insurance Sharia Unit Asset ≥ IDR 150 Bn



3rd rank Most Profitable Investment Islamic Life Insurance Sharia Unit Asset ≥ IDR 150 Bn

► Karim National Championship League



Chair of League For receiving 5 Stars consecutively from 2008 to 2013

► The Best Insurance Companies 2014 - Investor Magazine



The Best Financial Performance Award Life Insurance Company (Above IDR 1 trillion nett premium category, above IDR 15 trillion asset)

► Carre & Service Excellence for Allianz Life Indonesia Service Quality Award 2014



Gold Winner Life and Health Insurance Category

► Special Recognition from Otoritas Jasa Keuangan (Financial Services Authority)



For supporting the Literacy and Education Financial Services Authority 2014

► Indonesia Insurance Consumer Choice Award 2014 - Warta Ekonomi



The Best Financial Performance Award Life Insurance Company (Above IDR 1 trillion nett premium category, above IDR 15 trillion asset)



The Consumer Satisfaction Award - Most Responsive Life Insurance Company

Allianz Utama

► Maipark



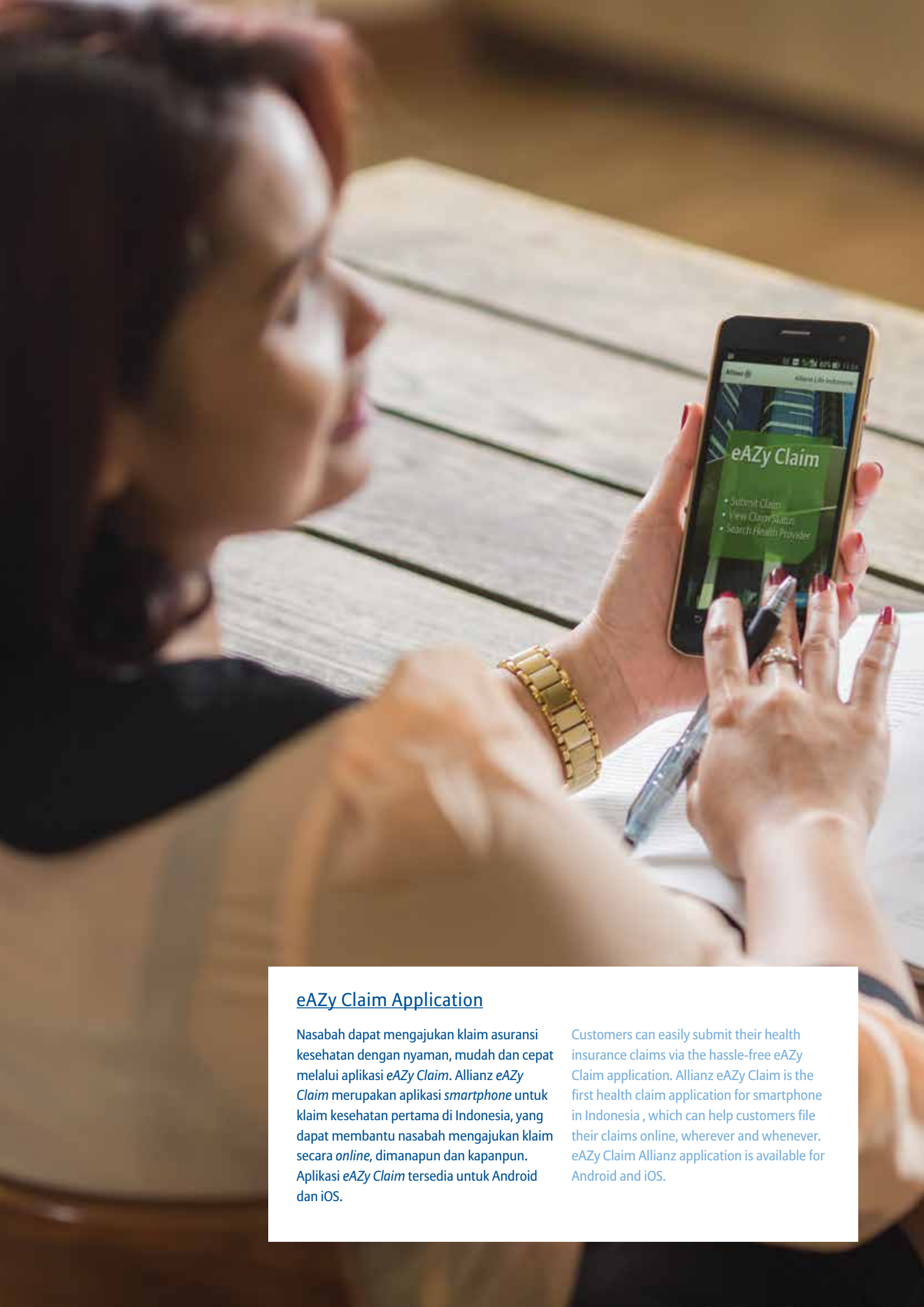
Top 10 Producer Category A

Laporan Manajemen

Management Report

46	Laporan Direksi PT Asuransi Allianz Life Indonesia Report from the Board of Directors of PT Asuransi Allianz Life Indonesia
51	Laporan Direksi PT Asuransi Allianz Utama Indonesia Report from the Board of Directors of PT Asuransi Allianz Utama Indonesia
64	Pembahasan dan Analisa Manajemen Management Discussion and Analysis
86	Tata Kelola Perusahaan yang Baik Good Corporate Governance
100	Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Corporate Social Responsibility

03



eAZy Claim Application

Nasabah dapat mengajukan klaim asuransi kesehatan dengan nyaman, mudah dan cepat melalui aplikasi *eAZy Claim*. Allianz *eAZy Claim* merupakan aplikasi *smartphone* untuk klaim kesehatan pertama di Indonesia, yang dapat membantu nasabah mengajukan klaim secara *online*, dimanapun dan kapanpun. Aplikasi *eAZy Claim* tersedia untuk Android dan iOS.

Customers can easily submit their health insurance claims via the hassle-free *eAZy Claim* application. Allianz *eAZy Claim* is the first health claim application for *smartphone* in Indonesia , which can help customers file their claims online, wherever and whenever. *eAZy Claim* Allianz application is available for Android and iOS.

Laporan Direksi PT Asuransi Allianz Life Indonesia

Report from the Board of Directors of PT Asuransi Allianz Life Indonesia



Sepanjang tahun 2014, kami terus meningkatkan sinergi dan kualitas untuk mendukung pertumbuhan bisnis Allianz Life Indonesia.

Throughout 2014, we are continually improving synergy and quality to support Allianz Life Indonesia's business growth.

Joachim Wessling

Country Manager & Direktur Utama PT Asuransi Allianz Life Indonesia

Country Manager & President Director of PT Asuransi Allianz Life Indonesia

Para Pemangku Kepentingan yang Terhormat,

Mewakili Perusahaan dan manajemen, saya ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya, kepada para nasabah, mitra bisnis, dan pemegang saham, atas kepercayaannya kepada Allianz Indonesia. Saya merasa terhormat untuk menyampaikan kepada Anda Laporan Tahunan Allianz Indonesia tahun 2014.

Dilihat dari perspektif ekonomi, tahun 2014 adalah tahun yang menantang. Ditandai dengan perlambatan ekonomi global, suku bunga rendah yang ekstrim di sebagian besar negara maju, penurunan tajam harga minyak dan ketegangan geopolitik di berbagai belahan dunia. Indonesia juga mengalami perlambatan ekonomi dengan melemahnya nilai tukar Rupiah terhadap kebanyakan mata uang asing. Dunia bisnis dipengaruhi oleh isu-isu politik dari pemilu legislatif dan pemilihan presiden. Namun demikian, kami tetap optimis terhadap berbagai inisiatif dari pemerintah baru Indonesia yang menjadi harapan untuk negeri ini.

Secara umum industri keuangan pada tahun 2014 relatif menantang karena capaian pertumbuhan yang terbatas. Sebaliknya, situasi sedikit lebih baik untuk Allianz Indonesia, yang melihat 2014 sebagai tahun pertumbuhan. Baik bisnis asuransi jiwa dan kesehatan maupun asuransi umum mencatat pertumbuhan yang kuat dan mampu mengungguli kinerja industri. Hasil kinerja yang kuat ini diikuti dengan pengakuan dari industri yang semakin memperkuat reputasi dan *brand* kami.

Dear Valued Stakeholders,

I would like to express my heartfelt felt gratitude, on behalf of the Company and its dedicated management, to our customers, business partners, and shareholders for your continued confidence towards Allianz Indonesia. I am honored to present you 2014 Annual Report of Allianz Indonesia.

From an economic perspective, 2014 was yet another challenging year. The year was characterized by a global economic slowdown, extreme low interest rates in most developed countries, a sharp decline in the oil price and geopolitical tensions in many parts of the world. Indonesia also experienced a slowdown with a weakened Indonesian Rupiah against most foreign currencies. The business world was also impacted by political issues from the legislative and presidential elections. However, we do also see some light at the end of this tunnel and are optimistic about the encouraging initiatives of Indonesia's new government which bode well for the country.

In general, the financial industry in 2014 was relatively challenging and as result saw a narrow range of growth. In contrary, the situation was slightly better for Allianz Indonesia, as 2014 was a growth year for us. Both life and health insurance business and general insurance business experienced strong growth and were able to outperform the industry. This strong performance result was followed with acknowledgments from the industry which has further strengthened our reputation and our brand.

Prestasi ini menginspirasi kami untuk bekerja lebih baik dan meningkatkan reputasi positif Perusahaan. Selain itu, untuk mempertahankan dan meningkatkan reputasi kami, penting untuk dapat mengelola risiko dengan baik dan dukungan manajemen yang solid. Kami tetap mengambil sikap konservatif dan berhati-hati dengan mengedepankan keseimbangan. Sebagai bagian dari peningkatan reputasi dan tanggung jawab kami kepada nasabah dan masyarakat, Allianz Indonesia juga aktif dalam kegiatan Tanggung Jawab Perusahaan, dengan fokus utama memberikan pemahaman tentang literasi keuangan kepada masyarakat.

Pada tahun 2014, PT Asuransi Allianz Life Indonesia (Allianz Life) membukukan peningkatan Pendapatan Premi Bruto (PPB) sebesar 15,2 persen menjadi lebih dari Rp 9,71 triliun, yang tertinggi sepanjang sejarah kami. Hal ini didukung oleh pertumbuhan bisnis baru yang kuat seperti ditunjukkan oleh perolehan Premi Yang Disetahunkan sebesar Rp 1,97 miliar, atau meningkat 20,9 persen dari Rp 1,63 miliar pada 2013. Kenaikan pendapatan premi ini kemudian diikuti oleh pertumbuhan Laba Sebelum Pajak sebesar 19,0 persen dari Rp 678,5 miliar menjadi Rp 1,08 triliun, sedangkan Laba Bersih meningkat sebesar 58,5 persen menjadi Rp 813,8 miliar. Dengan Rasio Solvabilitas sebesar 455 persen menunjukkan bahwa kami memiliki struktur permodalan yang sangat kuat. Secara keseluruhan, hasil kinerja keuangan pada tahun ini adalah yang terbaik yang pernah diraih dalam sejarah Allianz Life.

Sepanjang tahun 2014, kami terus meningkatkan sinergi dan kualitas untuk mendukung pertumbuhan bisnis Allianz Life. Berbagai upaya ini membuahkan hasil yang baik, terutama dengan kinerja yang ditunjukkan oleh jaringan multi-distribusi kami. *Bancassurance*, sebagai kontributor utama kami telah menunjukkan kinerja yang sangat baik dengan pertumbuhan bisnis baru sebesar 24,4 persen. Dalam hal asuransi kesehatan dan kesejahteraan karyawan, Allianz Health & Corporate Solution (AHCS) berhasil mempertahankan posisi terdepan kami di pasar. Selain itu, pertumbuhan juga ditopang oleh jalur distribusi keagenan Allianz Star Network (ASN), yang kini berada di posisi kedua dari sisi produktivitas diantara pemain utama lainnya dan mencapai tingkat pertumbuhan sebesar 20,7 persen untuk akuisisi nasabah individu baru.

These achievements inspired us to work better and to improve the Company's positive reputation. In addition, to maintain and improve our reputation, it is also important for us to be able to manage risk properly with the support of a solid management. We always take a cautious, conservative stance and, above all, seek stability. As part of the reputation improvement and our responsibility to our customers and society, Allianz Life Indonesia is also active in Corporate Social Responsibility (CSR), with the main focus of providing financial literacy knowledge to public.

In 2014, PT Asuransi Allianz Life Indonesia (Allianz Life) posted Gross Written Premium (GWP) rising by 15.2 percent to more than IDR 9.71 trillion – the highest ever. This is supported by the strong growth in new business as shown by Annualized Net Premium (ANP) of IDR 1.97 billion from IDR 1.63 billion in 2013, or rose by 20.9 percent. The increase in premium income was also followed by growth in Profit Before Tax of 19.0 percent from IDR 678.5 billion to IDR 1.08 trillion, while Net Income increased by 58.5 percent to IDR 813.8 billion. With a Solvency Ratio of 455 percent, we are well capitalized. Overall, this year's figures are among the best that we have ever presented in Allianz Life's history.

Throughout 2014, we continually improving synergy and quality to support Allianz Life's business growth. These efforts yielded good results with performance demonstrated by our multi-distribution channels. Our Bancassurance channel as our major contributor has shown excellent performance with new business growth by 24.4 percent. In health insurance and employee benefits, Allianz Health & Corporate Solutions (AHCS) managed to maintain our leading position in the market. Meanwhile, exponent growth was also shown by Allianz Star Network (ASN) agency, that is now in the second position for its productivity in the market among our key peers and achieved 20.7 percent growth rate for individual new business.

Pada tahun 2014, Perusahaan memberikan perhatian khusus pada manajemen risiko dengan meningkatkan kualitas karyawan kami, terutama tenaga penjualan, karena mereka adalah ujung tombak pemasaran dan penjualan produk kami. Kami mengedepankan prinsip-prinsip kewirausahaan pada para agen dalam membangun bisnis mereka. Ini adalah cara yang unik dan kekuatan kami dalam mengembangkan jaringan dan menciptakan pebisnis yang profesional. Didukung juga oleh pelatihan yang terstruktur dan komprehensif, dengan pengawasan ketat, maka risiko bisnis asuransi bisa diminimalisir dengan baik.

Keberhasilan yang kami raih pada tahun 2014 tidak dapat dipisahkan dari proses bisnis yang baik, antara lain adalah komitmen kami pada Tata Kelola Perusahaan yang Baik. Kami terus meningkatkan pelaksanaan semua aspek di dalam Tata Kelola Perusahaan yang Baik yang bertumpu pada prinsip TARIF (transparansi, akuntabilitas, tanggung jawab, kebebasan dan kejujuran). Kami telah mengintegrasikan semua aspek tata kelola perusahaan melalui sistem yang terukur dan prosedur yang memperkuat fondasi bisnis dan meningkatkan kepercayaan diri.

Perusahaan juga fokus dalam pemanfaatan teknologi guna memberikan pengalaman berasuransi yang nyaman, dapat diandalkan sekaligus menyenangkan. Kami menyadari bahwa industri asuransi terus berubah dari waktu ke waktu, yang berpusat pada perilaku nasabah yang cepat berubah. Digitalisasi dengan cepat mengubah masyarakat kita, dan akan menjadi acuan kami menjalankan bisnis. Kami bertanggung jawab untuk memanfaatkan kemajuan teknologi saat ini dengan sebaik mungkin agar menjadi lebih efisien dan kompetitif. Teknologi baru akan memungkinkan kami untuk menciptakan nilai tambah yang nyata bagi para nasabah dan mitra bisnis serta meningkatkan produktivitas dan kualitas layanan kami. Proses kerja yang serba otomatis serta produk dan layanan yang dikemas secara digital, akan membantu Allianz Life merespon kebutuhan nasabah dengan lebih cepat.

In 2014, the Company paid special attention to risk management by improving the quality of our people, particularly our sales force, as they are the front liner of our product marketing and sales. We put forward the principles of entrepreneurship for agents in building their business. This is our unique way and strength in developing our network and creating professional entrepreneurs. Supported by a structured and comprehensive training, with strict supervision, the insurance business risks can be well-minimized.

The success that we achieved in 2014 cannot be separated from the good business processes, among others due to the commitment of good corporate governance (GCG). We continually improved the implementation of all aspects in GCG that rest on the TARIF foundation (transparency, accountability, responsibility, independence and fairness). We have integrated all aspects of corporate governance through the scalable systems and procedures that strengthen the business foundation and increase confidence.

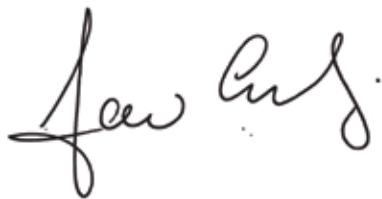
The Company also focused on using technology in order to provide our customers with a convenient, reliable and pleasant insurance experience. We realized that the insurance industry is constantly changing from time to time, which centered from the rapidly changing customer's behavior. Digitalization is quickly altering our society, and it will also be the key on how we operate our business. We are responsible to take the best out of today's technology advancement to become more efficient and competitive. New technology will enable us to create real added value for customers and business partners as well as to boost our productivity and service quality. Automated processes, digitally optimized products and services will help Allianz Life to respond our customer's needs more quickly.

Kami merasa optimis bahwa prospek industri asuransi pada tahun 2015 akan tetap cerah, meskipun pertumbuhan ekonomi nasional pada tahun 2015 diperkirakan melambat, namun masih lebih baik dari rata-rata pertumbuhan ekonomi dunia. Kami berharap kebijakan moneter dan kondisi sosial politik yang lebih stabil sehingga tercipta situasi usaha yang kondusif. Selanjutnya, hasil yang bagus pada tahun 2014 ini memberikan kami keyakinan bahwa kami sudah menetapkan arah yang tepat bagi Allianz Life untuk pertumbuhan yang berkelanjutan.

Tahun 2015 juga merupakan tahun yang penting bagi kami, dimana Allianz Group merayakan 125 tahun keberadaannya di industri asuransi. Sebagai bagian dari salah satu komunitas keuangan terkuat di dunia, kami berharap Allianz Life akan terus tumbuh lebih kuat dan menjadi perusahaan asuransi pilihan pertama di Indonesia.

Akhir kata, atas nama Direksi, saya ingin menyampaikan terima kasih kepada para nasabah, mitra bisnis, dan pemangku kepentingan atas komitmen mereka yang kuat serta dukungan bagi Allianz Life sepanjang tahun 2014. Apresiasi tinggi juga kami berikan kepada seluruh karyawan dan mitra distribusi untuk kerja keras mereka dan dedikasi yang luar biasa sehingga Allianz Life dapat kembali menunjukkan hasil kinerja yang membanggakan di tengah tantangan industri asuransi. Semoga kondisi ini akan selalu mengiringi kami untuk tahun yang akan datang.

Jakarta, April 2015



Joachim Wessling

Country Manager & Direktur Utama PT Asuransi Allianz Life Indonesia
Country Manager & President Director of PT Asuransi Allianz Life Indonesia

We are optimistic that the insurance industry prospect in 2015 will remain bright, despite the national economic growth in 2015 that is expected to decelerate, yet it is still better than the average growth of the world economy. As it is, we expect monetary policy and stable political and social conditions so as to create a conducive business situation. Furthermore, the strong results for 2014 give me confidence that we have set the right course for further profitable growth in Allianz Life.

2015 is also an important year for us, in which Allianz Group celebrates 125 years of existence in the insurance industry. As part of one of the strongest financial community in the world, we hope Allianz Life will constantly grow stronger and become the first choice insurance Company in Indonesia.

Finally, on behalf of the Board of Directors, I would like to express my sincere gratitude to our customers, business partners, and other stakeholders for their strong commitment and support for Allianz Life throughout 2014. High appreciation must also be awarded to our employees and distribution partners for their extraordinary work and dedication which enable Allianz Life to enjoy strong performance amidst challenges in the insurance industry. Hopefully the condition will always be on our side for the years to come.

Jakarta, April 2015

Laporan Direksi PT Asuransi Allianz Utama Indonesia

Report from the Board of Directors of PT Asuransi Allianz Utama Indonesia



Kami bangga bahwa tahun 2014 dapat kami lalui sangat baik dimana Perusahaan telah mencatatkan hasil kinerja yang sangat memuaskan.

We are pleased that we could pass 2014 smoothly, during which the Company recorded significant performance results.

Wiyono Sutiyoso

Wakil Presiden Direktur PT Asuransi Allianz Utama Indonesia
Vice President Director of PT Asuransi Allianz Utama Indonesia

Para Pemangku Kepentingan yang Terhormat,

Perkenankanlah saya atas nama Direksi menyampaikan Laporan Tahunan PT Asuransi Allianz Utama Indonesia (Allianz Utama) yang memuat pencapaian kinerja sepanjang tahun 2014. Kami bangga bahwa tahun 2014 dapat kami lalui dengan baik dimana Perusahaan telah mencatatkan hasil kinerja yang memuaskan.

Tahun 2014 merupakan momentum penting bagi kami dengan Pendapatan Premi Bruto (PPB) tumbuh 76,9 persen hingga mencapai Rp 1,14 triliun untuk pertama kalinya selama 25 tahun kehadiran kami. Pendapatan *underwriting* meningkat 82,4 persen menjadi Rp 124,4 miliar dari Rp 68,2 miliar di 2013. Laba Sebelum Pajak juga bertumbuh 238,5 persen menjadi Rp 37,7 miliar, sedangkan Rasio Kecukupan Modal tetap dapat terjaga di 143 persen.

Pencapaian ini juga meningkatkan posisi Allianz Utama lebih dekat kepada aspirasi kami untuk kembali menjadi salah satu pemain utama dalam industri asuransi umum di Indonesia. Berbagai produk dan kerja sama baru terjalin di 2014, dimana hal ini menjadi bukti bahwa hasil kerja keras kami berhasil mendapatkan kembali kepercayaan nasabah dan juga mitra bisnis.

Di tahun 2014, kami memfokuskan diri untuk memperkuat fondasi kami untuk dapat menjaga pertumbuhan yang berkelanjutan secara jangka panjang. Untuk itu kami terus berupaya meningkatkan produktivitas pada lini bisnis komersil, memperkuat bisnis ritel kami melalui berbagai kerja sama, juga meningkatkan efisiensi operasional kami melalui otomatisasi berbagai proses bisnis. Langkah-langkah ini kami ambil guna memastikan bahwa kami dapat beroperasi dengan optimal dalam kondisi apapun.

Dear Valued Stakeholders,

On behalf of the Board of Directors I would like to present you the Annual Report of PT Asuransi Allianz Utama Indonesia (Allianz Utama) which features our performance achievement in 2014. We are pleased that we could pass 2014 smoothly, during which the Company recorded significant performance results.

2014 was an important moment for us as Our Gross Written Premium (GWP) grew by 76.9 percent to reach IDR 1.14 trillion for the first time during the 25 years of our presence. Underwriting income increased by 82.4 percent to IDR 124.4 billion from IDR 68.2 billion in 2013. Profit Before Tax also grew by 238.5 percent to IDR 37.7 billion, meanwhile, Risk Based Capital (RBC) stood at 143 percent.

This achievement also strengthened Allianz Utama's position closer to our aspiration to again become one of the major players in the general insurance industry in Indonesia. Various new products and cooperations were established in 2014, where it became evident that the results of our hard work had enabled us to regain the trust of our customers and business partners.

In 2014, we focused our efforts to further strengthen our foundation to help us secure sustainable long-term growth. Thus, we continued to increase our productivity in commercial business, strengthen our retail business through various partnerships, also to increase operational efficiency through automation in various business processes. We took these steps to ensure that we have the ability to operate in the best possible way in any condition.

Strategi yang kami ambil terbukti tepat dengan hasil pertumbuhan yang kami raih di tengah situasi yang penuh tantangan, antara lain dikarenakan perekonomian Indonesia yang melambat, pengaruh kondisi politik dalam negeri dengan adanya pemilihan langsung legislatif maupun eksekutif, juga adanya pengaruh dari kondisi global yang bergejolak. Hal-hal tersebut mempengaruhi geliat bisnis Indonesia dan industri jasa keuangan.

Selain itu, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) juga memperkenalkan kebijakan baru mengenai penetapan tarif premi batas atas dan batas bawah untuk asuransi mobil dan properti, juga risiko khusus untuk banjir, gempa bumi, erupsi gunung berapi dan tsunami. Tarif batas atas ditetapkan dengan tujuan melindungi kepentingan masyarakat dari pengenaan premi yang berlebihan, sedangkan penetapan tarif batas bawah bertujuan mencegah tarif premi yang tidak memadai yang dapat menyebabkan perusahaan asuransi tak mampu membayar kewajibannya saat terjadi klaim.

Kami sangat mendukung langkah regulator mengenai hal ini, karena akan memupuk kompetisi yang adil di antara perusahaan-perusahaan asuransi. Kami akan terus berupaya sebaik mungkin untuk memastikan kami mengikuti peraturan yang berlaku dan menumbuhkan bisnis kami semaksimal mungkin.

Dalam sisi pelayanan, kami terus membenahi dan meningkatkan kualitas dengan menghadirkan pelayanan *customer service* 24 jam bagi nasabah. Tidak hanya itu, kami juga meluncurkan *Agency Service* guna meningkatkan kualitas pelayanan kepada para agen sebagai garda depan penjualan.

The strategy we took is well aimed as shown by our result in the midst of this challenging situation, following a slow-down in Indonesia's economy, unfavorable political conditions following the legislative and executive elections, also a volatile global condition. These have surely affected Indonesia's business and financial services industry.

In addition, the Financial Services Authority (FSA) or locally known as OJK, has also introduced a new policy regarding insurance premium, with a maximum and minimum tariff limit and acquisition costs of car and property insurance, and special risk for flood, earthquake, volcanic eruption and tsunami. A maximum tariff is set in order to protect customers from over-priced premium rate, while minimum tariff is aimed at preventing inadequate premium rate, which can cause inability to insurers to pay insurance claims.

We highly support this move from regulator as this shall promote a fair competition among insurance companies. We will continue to try our best in ensuring compliance with the regulations while growing our business to its utmost potential.

In the service side, we continue improving and enhancing the quality of customer service by presenting a 24-hour customers service. Not only that, we also launched the Agency Service in order to improve the service quality to the agent as the front liner in sales.

Di tahun 2014, Allianz Utama juga semakin mempererat kerja sama dengan para mitra bisnis dengan meluncurkan produk-produk inovatif terbaru seperti Garuda Indonesia Travel Insurance, RajaKarcis Ticket Protector, dan juga produk-produk lainnya. Tak berhenti sampai di sana, untuk menunjukkan komitmen kami dan menjaga reputasi perusahaan, kami juga menyadari kecepatan dan ketepatan kami dalam membayar klaim menjadi salah satu faktor utama bagi kepuasan nasabah. Untuk itu, kami terus meningkatkan efisiensi melalui digitalisasi klaim untuk asuransi mobil. Hal ini tidak hanya meningkatkan efisiensi penggunaan sumber daya, tetapi juga berdampak positif pada layanan yang lebih mudah dan nyaman, sehingga pada akhirnya dapat meningkatkan kepuasan nasabah.

Keberhasilan kami ini didukung oleh SDM yang andal, dan kerja keras seluruh tim dalam perusahaan. Kami memiliki tim yang berpengalaman dan memiliki satu semangat yang sama yaitu memberikan pelayanan terbaik kepada nasabah. Selain itu, dedikasi dan upaya agen penjualan dalam memperkenalkan dan memasarkan produk kami sangat berarti bagi keberlangsungan Perusahaan. Untuk itu selayaknya kami menyampaikan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya atas kerja sama yang sangat baik di tahun 2014.

Kepada seluruh jajaran direksi, nasabah, dan pemegang saham, kami menyampaikan rasa terima kasih dan hormat setinggi-tingginya.

Jakarta, April 2015



Wiyono Sutiyoso

Wakil Presiden Direktur PT Asuransi Allianz Utama Indonesia
Vice President Director of PT Asuransi Allianz Utama Indonesia

In 2014, Allianz Utama also further strengthened the cooperation with business partners to launch new innovative products such as Garuda Indonesia Travel Insurance, RajaKarcis Ticket Protector, as well as other products. In addition to show our commitment and to maintain our Company's reputation, we also realized that our speed and accuracy in paying claims to be one of the main factors for customer satisfaction. To that end, we continued improving efficiency by digitizing claims for car insurance. This did not only improve the efficiency of the resource use, but also had a positive impact on the easier and more convenient services, which in turn could increase customer satisfaction.

Our success was supported by reliable human resources, and the hard work of the entire team within the company. We have experienced team who shared the same spirits of providing the best service to customers. In addition, the dedication and efforts made by sales agent in introducing and marketing our products were very significant for the Company's sustainability. For that we find it appropriate to express our deepest gratitude and highest appreciation for their cooperation in 2014.

We express our deepest gratitude and respect to the entire board of directors, customers, and shareholders.

Jakarta, April 2015

Dewan Komisaris

Board of Commissioners

PT Asuransi Allianz Life Indonesia

- Komisaris Utama President Commissioner:
[Heinz Walter Dollberg](#)
- Komisaris Commissioner:
[Wiyono Kurniawan Sutioso](#)
- Komisaris Commissioner:
[Daniel Neo](#)
- Komisaris Commissioner:
[Arif Firman](#)

PT Asuransi Allianz Utama Indonesia

- Presiden Komisaris President Commissioner:
[Joachim Wessling](#)
- Wakil Presiden Komisaris Vice President Commissioner:
[Heinz Walter Dollberg](#)
- Komisaris Commissioner:
[Syarifudin](#)
- Komisaris Commissioner:
[Arif Firman](#)

Dewan Pengawas Syariah

Sharia Supervisory Board

- Ketua Chairman:
[Dr. H. Mohamad Hidayat, MBA, MH](#)
- Anggota Member:
[Dr. H. Rahmat Hidayat, SE, MT, Ph.D](#)

Pemegang Saham Allianz di Indonesia

Allianz Shareholders in Indonesia

PT Asuransi Allianz Life Indonesia

- Allianz Asia-Pacific and Africa GmbH
[99.76%](#)
- PT Kresna Karya
[0.24%](#)

PT Asuransi Allianz Utama Indonesia

- Allianz Asia-Pacific and Africa GmbH
[97.75%](#)
- PT Asuransi Jasa Indonesia
[2.25%](#)

Direksi

Board of Directors

► Profil Direksi Allianz Life Indonesia *Profile of the Board of Directors Allianz Life Indonesia*



Joachim Wessling

Direktur Utama *President Director*



Meylindawati Tjoa

Direktur *Director*



Alan T. Darmawan

Direktur *Director*



Todd Swihart

Direktur *Director*

Joachim Wessling

Direktur Utama *President Director*

Joachim Wessling telah menjabat sebagai *Country Manager* dan Direktur Utama Allianz Life Indonesia sejak tahun 2010. Sebelumnya, ia menjabat sebagai CEO dan *Country Manager* Allianz di Ukraina (2007-2010); President dan CEO Allianz Fire and Marine di Jepang (2004-2007), saat dimana ia terdaftar sebagai anggota *Executive Committee of Foreign Non-Life Insurance Association (FNLIA)* dan *Economist Corporate Network*, Jepang. Ia menghabiskan tujuh tahun di Dubai, menjabat sebagai *Head of Underwriting and Regional General Manager* untuk Allianz Timur Tengah. Bergabung di Allianz pada tahun 1982, ia sebelumnya belajar Administrasi Bisnis di *Verwaltungs- und Wirtschafts-Akademie (VWA)*, Munich, Jerman, jurusan Yurisprudensi dan Keuangan.

Joachim Wessling has served as Country Manager and President Director of Allianz Life Indonesia since 2010. Previously, he served as CEO and Country Manager of Allianz, Ukraine (2007–2010); President and CEO of Allianz Fire and Marine, Japan (2004-2007), during which he was listed as member of Executive Committee of Foreign Non-Life Insurance Association (FNLIA) and Economist Corporate Network, Japan. He had spent seven years in Dubai, serving as Head of Underwriting and Regional General Manager for Allianz Middle East. Joining Allianz in 1982, he studied Business Administration at *Verwaltungs- und Wirtschafts-Akademie (VWA)*, Munich, Germany, majoring in Jurisprudence and Finance.

Meylindawati Tjoa

Direktur *Director*

Meylindawati Tjoa adalah anggota Direksi Allianz Life Indonesia yang bertanggung jawab di bidang Keuangan. Sebelumnya, ia menjabat sebagai *Head of Finance & Accounting* di Perusahaan dan Senior Auditor di KPMG Hanadi Sudjendro dan KPMG Siddharta Siddharta & Harsono. Ia lulus dari Universitas Tarumanegara (1995). Ia telah bekerja di Allianz Life Indonesia selama lebih dari 15 tahun, awalnya sebagai *Accounting Manager* pada tahun 1999.

Meylindawati Tjoa is a member of the Board of Directors of Allianz Life Indonesia responsible for Finance. Previously, serving as Head of Finance & Accounting of the Company and Senior Auditor at KPMG Hanadi Sudjendro and KPMG Siddharta Siddharta & Harsono. She graduated from Tarumanegara University (1995). She has served at Allianz Life Indonesia for over 15 years, starting as Accounting Manager in 1999.

Todd Swihart

Direktur *Director*

Todd Swihart adalah anggota Direksi Allianz Life Indonesia yang bertanggung jawab dalam bidang operasional. Sebelumnya, ia menjabat sebagai *Operations Regional Manager* untuk Allianz Asia Pasifik (2008). Ia telah bekerja di bidang Operasional Asuransi selama lebih dari 20 tahun dalam berbagai peran kepemimpinan dengan fokus pada memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan otomatisasi dan meningkatkan pengalaman nasabah. Ia bergabung Allianz pada tahun 2001 dan memegang beberapa posisi di Allianz Life Amerika Utara, ia kemudian menjabat di kantor pusat Allianz Group di Munich, Jerman yang bertanggung jawab untuk proyek-proyek di Eropa, Amerika Utara dan Asia. Ia memegang gelar Sarjana Ekonomi dari University of Minnesota dan Master dalam bidang Administrasi Bisnis dari Metropolitan State University, St. Paul Minnesota.

Todd Swihart is a member of the Board of Directors of Allianz Life Indonesia responsible for operations. Previously he served as Operations Regional Manager for Allianz Asia-Pacific (2008). He has worked in the field of Insurance Operations for over 20 years in various leadership roles with a focus on leveraging technology to increase automation and enhance the customer experience. Joining Allianz in 2001 he held various roles at Allianz Life of North America, he later served at the Allianz Group head office in Munich, Germany responsible for projects in Europe, North America and Asia. He received his Bachelor of Science in Economics from the University of Minnesota and Masters of Business Administration from Metropolitan State University, St. Paul Minnesota.

Alan T. Darmawan

Direktur *Director*

Alan T. Darmawan adalah anggota Direksi Allianz Life Indonesia yang bertanggung jawab dalam bidang Investasi. Sebelumnya ia pernah menjabat sebagai *Chief Marketing Officer* dan *Chief Risk Officer* di Perusahaan. Ia lulus dari Indiana University, Bloomington, Amerika Serikat dan memiliki lebih dari 14 tahun pengalaman di industri asuransi dan 23 tahun di industri keuangan (Perbankan, Sekuritas, Manajer Investasi dan Asuransi). Ia memiliki Sertifikasi Wakil Manajer Investasi dari Bapepam (OJK), *Certified Financial Planner* dan *Associate Wealth Planner* dari *Financial Planning Association of Singapore* serta *Fellow Chartered Financial Practitioner* dari *Insurance and Financial Practitioners Association of Singapore*.

Alan T. Darmawan is a member of the Board of Directors of Allianz Life Indonesia responsible for Investment. Previously he served as Chief Marketing Officer and Chief Risk Officer at the Company. He graduated from Indiana University, Bloomington, USA and has more than 14 years of experience in the insurance industry and 23 years in the financial industry (Banking, Securities, Asset Management and Insurance). He holds a Fund Manager License from Bapepam (OJK), Certified Financial Planner and Associate Wealth Planner certifications from the Financial Planning Association of Singapore and Fellow Chartered Financial Practitioner from Insurance and Financial Practitioners Association of Singapore.

► Profil Direksi Allianz Utama Indonesia *Profile of the Board of Directors Allianz Utama Indonesia*



Wiyono Sutioso

Wakil Presiden Direktur *Vice President Director*



Inkes Lukman

Direktur *Director*



Eric Nemitz

Direktur *Director*



Michael Thomssen

Direktur *Director*

Profil Direksi Allianz Utama Indonesia *Profile of the Board of Directors Allianz Utama Indonesia*

Wiyono Sutioso

Wakil Presiden Direktur *Vice President Director*

Wiyono Sutioso adalah Wakil Presiden Direktur Allianz Utama Indonesia dan juga menjabat sebagai *Head of Commercial Division*. Sebelumnya ia menjabat sebagai *Head of Technical Director* di *Commercial Division* (2012) dan *Branch Manager* Cabang Surabaya (2009). Bergabung dengan Perusahaan pada tahun 1993 sebagai *Claims Engineer*, ia lulus dengan gelar *Diplomingenieur* dari *Technische Universität, Munich, Jerman*. Pada tahun 2002 ia memperoleh sertifikat ANZIIF (*Senior Associate*) dari *Australia and New Zealand Institute of Insurance and Finance*.

Wiyono Sutioso is Vice President Director Allianz Utama Indonesia and concurrently also serves as *Head of Commercial Division*. Previously he served as *Technical Director* in *Commercial Division* (2012) and *Branch Manager* for Surabaya Branch (2009). Joining the Company in 1993 as *Claims Engineer*, he graduated with *DiplomIngenieur* degree from *Technische Universität, Munich, Germany* (1988). In 2002 he obtained ANZIIF (*Senior Associate*) certification from *Australia and New Zealand Institute of Insurance and Finance*.

Inkes Lukman

Direktur *Director*

Inkes Lukman adalah anggota Direksi Allianz Utama Indonesia. Dalam tugasnya saat ini, ia bertanggung jawab atas kantor cabang dan kantor pemasaran dan fungsi penjualan dan distribusi Perusahaan di berbagai lini bisnis asuransi umum. Ia berpengalaman selama lebih dari 15 tahun di asuransi jiwa dan umum dalam berbagai fungsi. Ia memegang gelar Sarjana Teknik Elektro dari Universitas Trisakti dan gelar Master dalam bidang Administrasi Bisnis dari University of Melbourne, Australia, dan sertifikasi asuransi AAIJ, AAAK, serta ACS dan FLMI dari *Life Office Management Association (LOMA)*.

Inkes Lukman is a member of the Board of Directors of Allianz Utama Indonesia. In his current assignment, he is responsible for the branches and marketing offices and the sales and distribution function of the Company in multi business lines of general insurance. He has more than 15 years of experience in life and general insurance under various disciplinary functions. He holds a bachelor in Electrical Engineering from University of Trisakti and a Master in Business Administration degree from University of Melbourne, Australia, and insurance certification AAIJ, AAAK, also ACS and FLMI from *Life Office Management Association (LOMA)*.

Eric Nemitz

Direktur *Director*

Eric Nemitz telah menjadi anggota Direksi Allianz Utama Indonesia yang bertanggung jawab di bidang operasional sejak tahun 2010. Ia pernah belajar di Tokai University, dan Seijo University di Tokyo, dan memegang gelar Master di bidang Sains Jepang/ Ekonomi/ Ilmu Politik dari Berlin Free University. Ia memiliki pengalaman lebih dari 14 tahun di industri asuransi. Ia bergabung dengan Allianz pada tahun 2000 dan sebelumnya telah memegang berbagai posisi di Jerman, Jepang, dan Indonesia.

Eric Nemitz has been a member of the Board of Directors of Allianz Utama Indonesia (Operations) since 2010. He attended Tokai University, and Seijo University in Tokyo, and held a Master's degree in Japan Science/ Economic/ Political Science from Berlin's Free University. He has more than 14 years of experience in insurance industry. He joined Allianz in 2000 and has resumed responsibilities in various positions, in Germany, Japan, and Indonesia.

Michael Thomssen

Direktur *Director*

Michael Thomssen adalah anggota Direksi Allianz Utama Indonesia yang bertanggung jawab di bidang Keuangan. Sebelum memegang posisi saat ini, sebelumnya ia pernah menjabat sebagai CFO untuk MCIS Zurich Insurance Berhad di Malaysia, dan menjabat berbagai posisi untuk Group Asuransi Zurich di Swiss. Ia juga pernah bekerja di Credit Suisse, KPMG dan AT Kearney di Jerman. Dia pernah belajar di University of Bamberg, Jerman dan Aston University di Birmingham, Inggris, dan ia memegang gelar Master dalam bidang Administrasi Bisnis.

Michael Thomssen is a member of the Board of Directors of Allianz Utama Indonesia responsible for Finance. Prior to his current position, he held responsibility as CFO for MCIS Zurich Insurance Berhad in Malaysia, and served various positions at Zurich Insurance Group in Switzerland. He has also resumed responsibilities at Credit Suisse, KPMG and AT Kearney in Germany. He attended University of Bamberg, Germany and Aston University in Birmingham, United Kingdom and he held a Master of Business Administration degree.

Manajemen Allianz Indonesia

Allianz Indonesia Management



Juanita Wibowo
Head of Human Resources



Ginawati Djuandi
Chief Agency Officer



Kiswati Soeryoko
Chief of Sharia and Corporate Communication



Elvis Liongosari
Chief of Bancassurance



Ng Lee Meng
Chief Legal and Compliance Officer



Karin Zulkarnaen
Head of Market Management

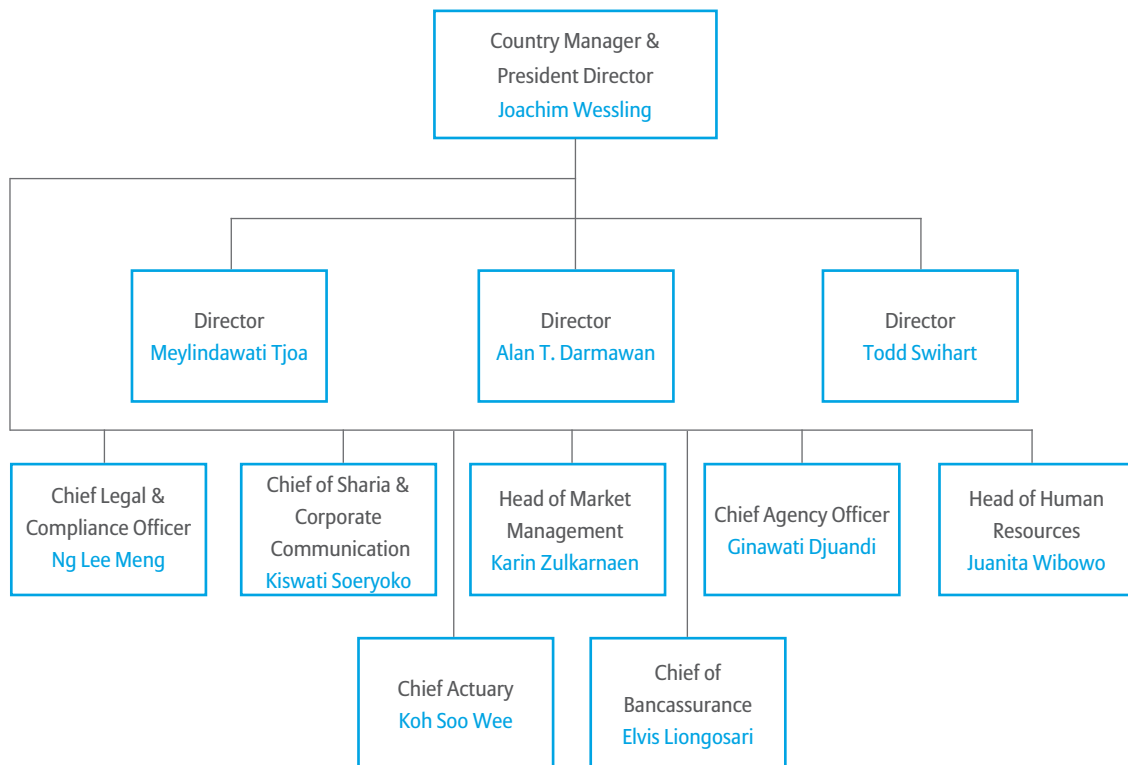


Koh Soo Wee
Chief Actuary

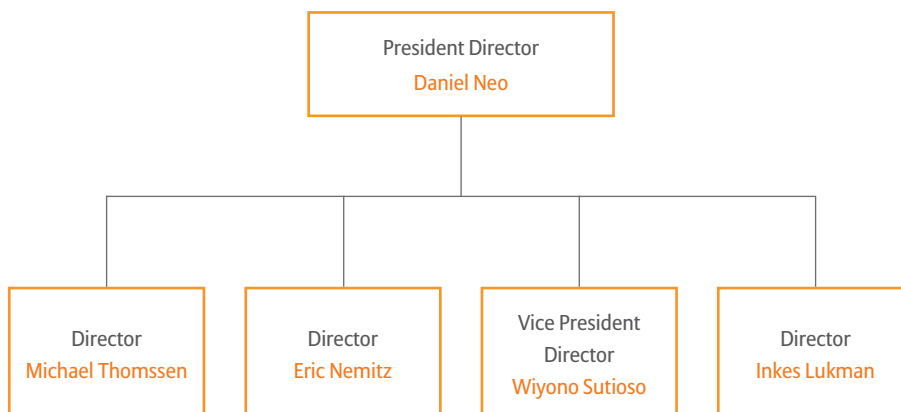
Struktur Organisasi

Organization Structure

► Allianz Life Indonesia



► Allianz Utama Indonesia



Pembahasan dan Analisa Manajemen

Management Discussion and Analysis



Allianz Indonesia senantiasa berupaya untuk merancang dan menerapkan strategi bisnis yang efektif dan tepat sasaran, dengan dilandasi oleh riset terukur dan kecermatan membaca pasar dan peluang.

Allianz Indonesia seeks to implement effective and accurate business strategy underpinned by measured research and accuracy in examining the market and opportunities.

Industri asuransi yang terus berkembang di Indonesia menawarkan peluang yang sangat besar bagi pelaku di sektor ini, baik asuransi jiwa dan kesehatan maupun asuransi umum. Hal ini tentunya diikuti dengan semakin ketatnya tingkat kompetisi. Setiap perusahaan dituntut untuk terus berinovasi dan memberikan layanan prima, disamping berupaya memberikan nilai tambah yang tidak dimiliki oleh pesaingnya. Sebagai perusahaan *joint venture*, Allianz Indonesia memiliki kelebihan tersendiri dengan pengalaman luas serta dukungan solid Allianz Group, dan di saat yang bersamaan juga luwes untuk beradaptasi dengan kebutuhan pasar lokal. Untuk itu, Allianz Indonesia senantiasa berupaya untuk menerapkan strategi bisnis yang efektif dan tepat sasaran, dengan dilandasi oleh riset terukur dan kecermatan membaca pasar dan peluang.

Growing insurance industry in Indonesia offers promising opportunity for its players, either life and health insurance or general insurance. This will be surely followed by a tighter level of competition. Every company is expected to keep on innovating and provide excellent service, besides striving to give distinct added value from its competitors. As a joint venture company, Allianz Indonesia has notable advantages from extensive experience and solid support from Allianz Group, and also flexibility to adapt to local market's demand. Therefore, Allianz Indonesia seeks to implement effective and accurate business strategy underpinned by measured research and accuracy in examining the market and opportunities.

Baik Allianz Life maupun Allianz Utama memiliki dukungan multi-distribusi yang kuat, di antaranya melalui kanal *Bancassurance* bekerja sama dengan mitra perbankan, dukungan dari keagenan, juga kerja sama pemasaran melalui *broker*, *direct marketing* dan *telemarketing*, serta berbagai mitra bisnis lainnya.

Bisnis Asuransi Jiwa dan Kesehatan

Pada tahun 2014 Allianz Life mencatat pertumbuhan Pendapatan Premi Bruto (PPB) yang cukup signifikan sebesar 15,2 persen jika dibandingkan dengan tahun 2013 yang hanya tumbuh 3,9 persen. Pencapaian ini telah menempatkan Allianz Life berada pada posisi kedua dengan *market share* sebesar 9,1 persen, naik dari peringkat tiga dalam tiga tahun terakhir. Berdasarkan hasil yang dikeluarkan Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) di tahun 2014, Allianz Life Indonesia merupakan asuransi terdepan dari sisi perolehan premi di segmen *employee benefits*.

Untuk semakin memperkuat segmen tersebut, baru-baru ini Allianz Life Indonesia telah meluncurkan divisi khusus untuk menangani asuransi kesehatan dan *employee benefits* yaitu Allianz Health and Corporate Solutions (AHCS). Pada tahun 2014, bisnis AHCS berhasil bertumbuh 5,7 persen menjadi Rp 1,30 triliun dan mempertahankan posisi sebagai pemimpin pasar *employee benefits*.

Dari sisi jalur distribusi, *Allianz Star Network* (ASN) merupakan salah satu tulang punggung bisnis asuransi jiwa yang diluncurkan pada tahun 2011 sebagai jaringan agen terlatih yang bertujuan untuk mendukung ekspansi Perusahaan.

Sebagai bagian dari strategi pertumbuhan Allianz Indonesia, para agen secara teratur mengikuti pelatihan ekstensif baik *in-class* maupun melalui sistem *e-learning*, agar tidak ketinggalan informasi perkembangan produk dan layanan, serta dapat memberikan layanan terbaik kepada nasabah. Saat ini tercatat sebanyak 14.397 telah memiliki sertifikasi dari AAJI.

Both Allianz Life and Allianz Utama are supported by strong multi-distribution channels, including bancassurance in cooperation with bank partners, agency distribution channel, also brokerage, direct marketing and telemarketing, and other business partners.

Life and Health Insurance Business

In 2014, Allianz Life recorded a fairly significant Gross Written Premium (GWP) growth at 15.2 percent compare to 2013 with 3.9 percent growth booked. This achievement placed Allianz Life in second position with 9.1 percent market share, an increase from third position over the last three years. Referring to a report issued by Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) in 2014, Allianz Life Indonesia is the leading insurance in employee benefit segment in terms of GWP.

To further strengthen this segment, Allianz Life Indonesia has recently launched a special division to focus on health insurance and employee benefits, Allianz Health and Corporate Solutions (AHCS). In 2014, AHCS business grew by 5.7 percent to IDR 1.30 trillion, and succeeded to maintain the leading position in employee benefits.

On distribution channel aspect, Allianz Star Network (ASN) is one of the backbones of life insurance business which was launched in 2011 as a well-trained agent network aiming to support the Company's expansion.

As part of Allianz Indonesia's growth strategy, the agent has to periodically participate in extensive trainings both in-class and through e-learning system to keep up with current information on product and service development thus enable them to provide the best services to customers. The number of AAJI certified agents has currently reached to 14,397 agents.

Di tahun 2014, ASN memberikan kontribusi terhadap peroleh PPB sebesar Rp 2,7 triliun yang sekaligus mencatatkan diri sebagai keagenan terbesar kedua di pasar dengan raihan akuisisi bisnis baru yang ditunjukkan dari nilai Premi Yang Disetahunkan sebesar Rp 1,01 triliun atau naik 20,7 persen.

Sementara jalur *Bancassurance* berkontribusi terhadap PPB sebanyak 58,6 persen, sedangkan terhadap Premi Yang Disetahunkan sebanyak 40,6 persen. Hasil ini membawa jalur distribusi *Bancassurance* menempati posisi ketiga di pasar asuransi jiwa dengan 13 persen *market share* dalam hal PPB. *Bancassurance* juga menunjukkan kinerja yang kuat dalam bisnis *Credit Life* dengan capaian Premi Yang Disetahunkan sebesar Rp 262,9 miliar atau naik 51,1 persen dibandingkan tahun lalu.

Guna meningkatkan peran dan kontribusi jalur distribusi *Bancassurance*, Allianz Indonesia terus bekerja sama dengan banyak mitra perbankan, yaitu HSBC, Bank BTPN, ANZ, Bank Ekonomi, Bank Muamalat, dan Bank Permata. Allianz Life Indonesia juga menjalin kerja sama yang lebih erat dengan Bank BTPN Sinaya melalui kerja sama selama 10 tahun untuk penjualan produk-produk asuransi jiwa di cabang-cabang Bank BTPN Sinaya. Hal ini memungkinkan Allianz Indonesia untuk menjangkau lebih banyak nasabah dengan memberikan perlindungan yang terbaik.

Allianz Life Indonesia juga telah menawarkan asuransi mikro sejak tahun 2006. Sejauh ini, bisnis asuransi mikro Allianz Indonesia telah melindungi 3,9 juta nasabah di seluruh Indonesia, dengan lebih dari 12.000 ahli waris yang telah merasakan manfaat asuransi melalui pembayaran klaim. Peningkatan jumlah nasabah yang pesat di setiap tahunnya menunjukkan jalur yang tepat dari tujuan bisnis asuransi mikro Allianz untuk mengenalkan asuransi kepada seluruh lapisan masyarakat, melindungi upaya masyarakat untuk meningkatkan kelas ekonomi sosialnya dan membawa masyarakat untuk tumbuh bersama Perusahaan.

In 2014, ASN contributed IDR 2.7 trillion on GWP which made them as second largest agency in the market with total new business acquisition as shown by Annualized Net Premium (ANP) of IDR 1.01 trillion or 20.7 percent increase.

Meanwhile Bancassurance contributed 58.6 percent to total GWP and 40.6 percent to total ANP. The result has brought Bancassurance in the third position among peers with 13 percent market share in terms of GWP. Bancassurance also submitted a significant performance on Credit Life business with IDR 262.9 billion ANP acquisition or 51.1 percent higher than previous year.

To advance Bancassurance's role and contribution, Allianz Indonesia is partnering with leading bank partners: HSBC, Bank BTPN, ANZ, Bank Ekonomi, Bank Muamalat, and Bank Permata. Allianz Life Indonesia also entered a 10 year in-depth partnership with Bank BTPN Sinaya to offer life insurance products at their branch offices. This will enable Allianz Indonesia to reach more customers to provide best protection.

Allianz Life Indonesia also has offered micro insurance product since 2006. Micro insurance of Allianz Indonesia so far has covered 3.9 million customers in Indonesia with more than 12,000 beneficiaries have received the benefit from paid claims. Robust growth of annual customer numbers proofed the business is in the right track of its purpose to introduce insurance to all part of society, to protect people's effort to secure their social economic class and to grow altogether with the Company.

Bisnis Asuransi Umum

Kinerja bisnis Allianz Utama di tahun 2014 menunjukkan hasil yang menggembirakan dengan capaian PPB menembus angka Rp 1,14 triliun untuk pertama kalinya dengan pertumbuhan 76,9 persen atau lebih tinggi 51,5 persen dari target yang ditentukan sebelumnya. Pencapaian tersebut sangat membanggakan mengingat pertumbuhan pasar asuransi umum sebagaimana dilaporkan hanya sebesar 17,9 persen. Dengan pencapaian ini maka posisi Allianz Utama berada di peringkat 12 meningkat tajam dari peringkat ke 23 di tahun 2013.

Allianz Utama menetapkan empat prioritas utama yaitu: (1) Memperkuat jalur distribusi keagenan dengan perekrutan dan pelatihan yang dilakukan secara nasional, (2) Mengembangkan jalur distribusi baru yaitu agen perjalanan dan *dealer* mobil, (3) Mengembangkan produk baru untuk meningkatkan produktivitas agen dan mengembangkan mitra bisnis baru, (4) Kolaborasi dengan anak perusahaan Allianz Group seperti Allianz Global Assistance, Allianz Global Automotive, Allianz Global Corporate and Speciality (AGCS), dan Euler Hermes.

Fokus ini memberikan hasil yang menggembirakan. Bisnis keagenan tumbuh 29 persen dengan jumlah agen produktif bertambah 21 persen. Bisnis asuransi mobil juga bertumbuh dengan baik dengan angka pertumbuhan 35 persen, sedangkan rekanan *dealer* mobil juga tumbuh mengesankan sebesar 82 persen dengan penambahan lebih dari 250 *dealer* baru sepanjang 2014. Allianz Utama juga bekerja sama dengan PT Hadji Kalla Toyota, *dealer* resmi utama Toyota di Sulawesi, dalam bentuk pemberian program *Free Insurance* selama satu tahun pertama bagi nasabah yang membeli mobil Toyota secara tunai di *dealer* Kalla Toyota.

General Insurance Business

Throughout 2014, Allianz Utama recorded outstanding result with GWP hit IDR 1.14 trillion for the first time with 76.9 percent growth or exceeding 51.5 percent growth target set before. This became a proud achievement considering general insurance market was reported only grew by 17.9 percent. With this achievement, Allianz Utama improved its position to the 12th place its position to 12th rank, well beyond the 23rd rank achieved in 2013.

Allianz Utama has set four major priorities, which were: (1) Strengthened Agency channel with recruitment and training nation-wide; (2) Developed new distribution channels which are travelling agents and car dealer, (3) Expanding new products to increase agent productivity and to recruit new agent, (4) Collaboration with Allianz Group subsidiaries such as Allianz Global Assistance, Allianz Global Automotive, Allianz Global Corporate and Speciality (AGCS), and Euler Hermes.

These focuses have brought a satisfying result. Total agent has grown significantly by 29 percent with productive agents increased by 21 percent. Car insurance business also booked a progressive growth with 35 percent, while car dealers partners also increased by 82 percent with more than 250 new dealers throughout 2014. Allianz Utama also cooperated with PT Hadji Kalla Toyota, official dealer of Toyota in Sulawesi, by providing Free Insurance program for the first one year for customers who purchased Toyota car by cash at Kalla Toyota dealers.

Di tahun 2014, Allianz Utama melakukan pengembangan bisnis ritel, beragam produk diluncurkan melalui kerja sama dengan mitra-mitra bisnis, diantaranya adalah Garuda Indonesia Travel Insurance, yaitu layanan asuransi perjalanan khusus bagi penumpang Garuda Indonesia yang membeli tiket secara *online*. Layanan ini tersedia sebagai pilihan untuk penumpang yang bersedia membayar perlindungan ekstra tersebut. Selain itu, Allianz Utama juga bekerja sama dengan PT Panorama Tours Indonesia meluncurkan paket asuransi perjalanan PanoramaSure. Allianz Utama juga menambah kerja sama dengan 150 agen perjalanan baru. Strategi ini menunjukkan perkembangan yang menggembirakan, bisnis asuransi perjalanan bertumbuh secara luar biasa dengan pertumbuhan sebanyak 7.233 persen.

Allianz Utama bekerja sama dengan RajaKarcis untuk meluncurkan inovasi produk asuransi perlindungan tiket yang menjamin penggantian kerugian bagi nasabah RajaKarcis yang disebut *Ticket Protector*. Produk ini memberikan penggantian kerugian apabila tidak dapat menghadiri suatu acara atau pertunjukan.

Seluruh pencapaian tersebut semakin memperkuat keunggulan yang dimiliki oleh Allianz Utama, antara lain: dukungan jalur keagenan yang kuat, mitra bisnis yang semakin luas, serta solusi produk-produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar.

Secara keseluruhan lini bisnis ritel menunjukkan pertumbuhan sebesar 36 persen, sedangkan lini bisnis komersial tumbuh sebesar 95 persen.

Unit Bisnis Asuransi Syariah

Allianz Indonesia telah meluncurkan unit bisnis asuransi syariah sejak tahun 2006. Asuransi syariah menggunakan prinsip hukum Islam yang bersifat universal dan berlaku untuk semua keyakinan dan golongan masyarakat. Di dalam pengelolaan asuransi syariah, Allianz Indonesia bertindak sebagai pemegang amanah (*takaful*) guna memastikan hasil yang diperoleh menguntungkan bagi semua pihak.

In 2014, Allianz Utama emphasized to develop retail business, a various range of products were launched in cooperation with several business partners such as Garuda Indonesia Travel Insurance, travel insurance exclusive for Garuda Indonesia passengers who purchased tickets via online. This offer is available for passenger willing to pay additional cost for this extra protection. Moreover, Allianz Utama has also cooperated with PT Panorama Tours Indonesia by launching a travel insurance package PanoramaSure. Allianz Utama also extended its partnership with more than 150 new travel agents. This strategy delivered excellent progress where the travel insurance business growth is rocketed by 7,233 percent.

Allianz Utama cooperated with RajaKarcis to launch product innovation on ticket protection insurance to guarantee compensation for RajaKarcis customers called Ticket Protector. This product provides compensation if the customer failed to attend an event or show.

These overall achievements have strengthened Allianz Utama's advantages: strong agent network, more extensive business partners, and product solutions fitting the market's demands.

In overall, retail business line showed 36 percent growth, meanwhile commercial business line grew by 95 percent.

Sharia Insurance Business Unit

Allianz Indonesia has launched sharia insurance business unit in 2006. Sharia insurance is using Islamic law principle which is universal and applicable for people of any belief and from any social level. In managing sharia insurance, Allianz Indonesia acts as *takaful* operator to ensure beneficial result for all parties.

Tahun 2014, unit bisnis Allianz Life Syariah berhasil mencatat perolehan PPB sebesar Rp 689,5 miliar meningkat dari Rp 623,6 miliar pada tahun 2013. Dari jumlah tersebut, dana *tabarru* yang terkumpul sebesar Rp 268,7 miliar, adapun *ujrah* yang diperoleh sebesar Rp 265,5 miliar.

Pada unit bisnis asuransi syariah ini, Allianz Indonesia menjalin kemitraan dengan ANZ dan Bank Muamalat. Dalam kurun delapan tahun terakhir (2006 – 2014), unit bisnis asuransi syariah selalu menunjukkan pertumbuhan yang positif, dengan jumlah polis yang diterbitkan pada tahun 2014 mencapai 158.340. Allianz Indonesia didukung oleh agen ASN dengan lisensi Asosiasi Asuransi Syariah Indonesia (AASI) sebanyak 2.533 orang.

Produk asuransi syariah yang dimiliki Allianz Indonesia diantaranya adalah AlliSy Protection Plus, Allisya Maxi Fund Plus, AlliSy Care, M AlliSy Relink, Raina ProtectionLink. Allianz Indonesia juga menawarkan serangkaian produk asuransi umum syariah, seperti asuransi mobil, dan properti.

Investasi

Aset kelolaan yang terus meningkat dari tahun ke tahun yang merupakan cerminan dari kepercayaan nasabah yang terus menguat. Aset kelolaan ini terdiri dari porsi *unit link* 48 persen, asuransi jiwa dan kesehatan 35 persen dan *savings plan & pension fund* 17 persen. Hampir seluruh pengelolaan dana investasi atau sebanyak 98 persen dilakukan langsung oleh Divisi Investment Allianz Life Indonesia.

Allianz Life Indonesia memiliki beragam pilihan *fund* yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan nasabah. Saat ini terdapat 50 *fund* yang ditawarkan oleh Allianz Life Indonesia, termasuk 30 *fund unit link*. Pada tahun 2014, dua *fund* yang baru diluncurkan yaitu SmartLink Guardia Fixed Income dan SmartWealth Equity IndoGlobal yang merupakan *fund unit link* pertama untuk pasar global, keduanya khusus dipasarkan bagi nasabah BTPN. Divisi Investment Allianz Life Indonesia berkomitmen untuk terus menyediakan beragam pilihan instrumen investasi dan berupaya memberikan kinerja yang maksimal dalam kondisi apapun.

In 2014, Allianz Life Sharia business unit has succeeded to post IDR 689.5 billion gross premium income, increased from IDR 623.6 billion in 2013. Of that figure, *tabarru* fund collected at IDR 268.7 billion, and *ujrah* amounted to IDR 265.5 billion.

For sharia insurance business unit, Allianz Indonesia partners with ANZ and Bank Muamalat. For the last eight years (2006 – 2014), sharia insurance business unit always submitted a positive growth with total policy issued in 2014 reaching 158,340 policies. Allianz Indonesia also supported by ASN agents licensed with Asosiasi Asuransi Syariah Indonesia (AASI) certification totaling at 2,533 agents.

Sharia insurance products provided by Allianz Indonesia includes AlliSy Protection Plus, AlliSy Maxi Fund Plus, AlliSy Care, M AlliSy Relink, Raina ProtectionLink. Allianz Indonesia also offers sharia version of its general insurance products including car insurance and property insurance.

Investment

Asset under management is rising over years as the reflection of stronger trust from our customers. This asset under management comprised of 48 percent unit link portion, 35 percent life and health insurance and 17 percent saving plans & pension fund. Nearly all the investment fund management or 98 percent is managed directly by Allianz Life Indonesia Investment Division.

Allianz Life Indonesia has a wide range of fund options to meet the customers' needs. Allianz Life Indonesia currently offer 50 funds, including 30 unit link funds. In 2014, two new funds were launched: SmartLink Guardia Fixed Income and Smartwealth Equity IndoGlobal, the first unit link fund for global market, both are specially marketed for BTPN customers. Allianz Life Indonesia Investment Division is committed to provide various instrument alternatives and able to gain optimum performance at any conditions.



Branding dan Kampanye Perusahaan: Satu Yang Terpenting

Pada tahun 2014, Allianz Group meluncurkan kampanye “*One Thing That Matters*” di berbagai negara di Asia Pasifik diantaranya Malaysia, Thailand, Indonesia dan Taiwan. Kampanye ini menunjukkan komitmen perusahaan untuk menempatkan nasabah sebagai prioritas utama. Hal ini berakar dari pemahaman Allianz bahwa setiap orang memiliki satu hal yang terpenting dalam hidupnya dan Allianz hadir untuk memberikan perlindungan atas hal tersebut.

Di Indonesia, kampanye tersebut diadaptasi menjadi “*Satu Yang Terpenting*”, sebagai salah satu cara untuk memperkuat komitmen kepada masyarakat Indonesia bahwa Allianz peduli akan kebutuhan nasabah dan dapat memberikan perlindungan atas hal yang terpenting, baik itu kesehatan maupun keluarga. Sepanjang tahun 2014, guna mendukung kampanye tersebut Allianz Indonesia menggelar serangkaian acara antara lain kerja sama dengan komunitas Femina serta acara *talk show* di TV nasional untuk dapat menjangkau lebih banyak masyarakat.

Corporate Branding and Campaign: One Thing That Matters

In 2014, Allianz Group launched “*One Thing That Matters*” campaign in several countries across Asia-Pacific from Malaysia, Thailand, Indonesia and Taiwan. This campaign reflects the commitment to place customers as first priority. This is rooted from Allianz’s understanding that everyone has one thing that matters and Allianz exists to protect it.

In Indonesia, this campaign is adopted into “*Satu Yang Terpenting*,” as a means to strengthen commitment to Indonesian public that Allianz is care to the customers’ needs and able to give protection on their most important matters, either health or family. Throughout 2014, to support the campaign Allianz Indonesia hosted a series of events including cooperation with Femina community and talk show at national TV station to reach wider public audience.

Allianz Junior Football Camp

Allianz Junior Football Camp merupakan sebuah program yang dilaksanakan setiap tahun oleh Allianz Group untuk remaja berusia 14-16 tahun yang memiliki minat terhadap olahraga sepakbola.

Tahun 2014 merupakan tahun ketiga Allianz Indonesia turut berpartisipasi dalam acara tahunan ini. Lebih dari 1.200 peserta ambil bagian dalam proses seleksi di Jakarta. Setelah melalui proses seleksi yang cukup ketat, terpilihlah tujuh peserta yang mewakili Indonesia untuk mengikuti Asia Camp di Canggü, Bali. Bersama peserta lain dari lima negara lainnya yaitu Thailand, Tiongkok, Malaysia, Taiwan, dan Korea Selatan, seluruh peserta mendapatkan ilmu dan pelatihan sepakbola yang diberikan oleh eks Kepala Akademi Junior FC Bayern Munchen.

Tiga peserta dari Indonesia terpilih untuk mengikuti serangkaian pelatihan sepakbola profesional di Munich, Jerman. Selain berlatih mereka juga mendapatkan kesempatan untuk bertemu dan bertatap muka langsung dengan para pemain inti dari FC Bayern Munchen seperti Dante, Manuel Neuer, Thomas Muller, dan Franck Ribery. Dalam program AJFC ini, peserta juga merasakan keseruan menyaksikan pertandingan perdana Bundesliga secara langsung di Allianz Arena.

Ajang AJFC ini bukan hanya sebagai sarana untuk melatih kemampuan sepakbola, tetapi juga sebagai sarana untuk dapat mengenal kebudayaan dari 28 negara peserta dan pengalaman yang tidak terlupakan. Dimana setiap peserta saling berinteraksi dengan remaja dari negara lain dan bertukar informasi baik hobi, kebudayaan, kuliner, bahkan saling bertukar kontak untuk menjalin pertemanan selanjutnya.

Allianz Junior Football Camp

Allianz Junior Football Camp is a program holds annually by Allianz Group for 14-16 year old teenagers who have interest in football.

2014 is the third year of Allianz Indonesia participates in this annual event. More than 1,200 participants took part in the selection process in Jakarta. After went through a tough selection process, seven participants were chosen to represent Indonesia at the Asia Camp located in Canggü, Bali. Together with participants from five other countries which were Thailand, China, Malaysia, Taiwan, and South Korea, all participants received the lesson and training provided by former Head of FC Bayern Munchen Youth Academy.

Three participants from Indonesia were selected to join a series of football training in Munich, Germany. They also got the opportunity to meet face-to-face with the players of FC Bayern Munchen such as Dante, Manuel Neuer, Thomas Muller, and Franck Ribery. In this AJFC program, participants could also feel the excitement of watching the opening match of Bundesliga in the Allianz Arena.

AJFC is not only about football exercise, but also a chance to get to know the culture of other participants from 28 countries and get unforgettable experience. All participants from different countries are interacting with each other, exchanging the information about hobbies, culture, culinary, even the contact information so the friendship will remain.



Tinjauan Keuangan

Financial Review

Untuk pertama kalinya, secara keseluruhan Pendapatan Premi Bruto dari asuransi jiwa dan kesehatan serta asuransi umum mencapai dua digit.

For the first time, the overall Gross Written Premium (GWP) from life, health, and general insurance business surpassed the double digit mark.

Allianz Indonesia mencetak kinerja yang positif di tahun 2014 sesuai dengan hasil yang dicapai oleh Allianz Life dan Allianz Utama. Pencapaian ini membentuk fondasi yang lebih kuat dan memacu pertumbuhan yang lebih menguntungkan di tahun-tahun yang akan datang.

Allianz Indonesia delivered a positive performance in 2014, as shown by the results from Allianz Life and Allianz Utama. This achievement provides a stronger foundation and drive to pursuit further profitable growth in years to come.

Untuk pertama kalinya, keseluruhan Pendapatan Premi Bruto (PPB) dari bisnis asuransi jiwa, kesehatan dan umum melampaui angka dua digit yaitu sebesar Rp 10,85 triliun, naik 19,6 persen dari Rp 9,07 triliun di tahun lalu.

For the first time, the overall Gross Written Premium (GWP) from life, health, and general insurance business surpassed the double digit mark, reaching IDR 10.85 trillion, up 19.6 percent from IDR 9.07 trillion last year.

Dari hasil tersebut, Rp 9,71 triliun berasal dari bisnis asuransi jiwa dan kesehatan, meningkat 15,2 persen dari sebelumnya sebesar Rp 8,43 triliun selama periode yang sama di tahun lalu. Raihan PPB yang memuaskan dicetak oleh asuransi umum dengan pertumbuhan 76,9 persen yaitu sebesar Rp 1,14 triliun dibanding tahun 2013 sebesar Rp 644,9 miliar.

Of the figure, IDR 9.71 trillion was contributed from life and health insurance business, increasing 15.2 percent from IDR 8.43 trillion over the same period last year. An impressive GWP result was posted by general insurance with 76.9 percent growth at IDR 1.14 trillion, from IDR 644.9 billion in 2013.

Kinerja yang mengagumkan juga ditunjukkan oleh unit bisnis asuransi jiwa syariah yang membukukan PPB sebesar Rp 689,5 miliar, naik 10,6 persen dibanding tahun lalu. Sementara kontribusi dari dana pensiun mencapai Rp 271,76 miliar.

An outstanding performance was also shown by the sharia life insurance business unit which posted IDR 689.5 billion in GWP, rising by 10.6 percent from last year. Meanwhile, contribution from pension fund is reaching IDR 271.76 billion.

Untuk menunjukkan komitmen bagi nasabah, Allianz Indonesia membayarkan klaim dan manfaat yang sebesar Rp 5,88 triliun meningkat 28,1 persen dari sebelumnya Rp 4,59 triliun.

Strong commitment to customers is also shown by Allianz Indonesia, with claims and benefits payment received by customers increased by 28.1 percent at IDR 5.88 trillion from IDR 4.59 trillion.

Allianz Life Indonesia

Allianz Life Indonesia sekali lagi menunjukkan hasil yang baik di tahun 2014. Premi Baru Yang Disetahunkan bertumbuh 20,8 persen, mencerminkan tingkat penjualan yang meningkat pada akuisisi bisnis baru yang dipacu oleh kanal distribusi *Bancassurance* dan Allianz Star Network (ASN).

Bisnis *credit life* menunjukkan pertumbuhan tertinggi sebesar 51,1 persen dibanding pertumbuhan tahun 2013, sementara *unit link* tetap paling diminati para nasabah sebagaimana ditunjukkan oleh kontribusi terbesar sejumlah Rp 1,47 triliun atau 74,4 persen dari keseluruhan bisnis baru.

Pasar modal Indonesia menunjukkan kinerja yang lebih baik dibandingkan tahun lalu sehingga mendorong pendapatan dari investasi. Pendapatan investasi kotor naik 766,3 persen menjadi Rp 3,06 triliun dari Rp 353,6 miliar pada tahun lalu. Hal tersebut terutama didorong oleh kinerja *fund unit link*.

Pendapatan bersih meningkat secara signifikan sebesar 58,5 persen dari Rp 513,6 miliar menjadi Rp 813,9 miliar, sedangkan Laba Sebelum Pajak mengalami pertumbuhan yang baik sebesar Rp 1,08 triliun, meningkat 59,4 persen dari tahun lalu menyusul hasil investasi yang lebih baik.

Total aset perusahaan juga meningkat sebesar 23,9 persen menjadi Rp 26,77 triliun, sementara Dana Kelolaan mencapai Rp 24,60 triliun dari angka sebelumnya sebesar Rp 19,98 triliun selama periode yang sama di tahun lalu, meningkat 22,9 persen.

Allianz Life Indonesia

Allianz Life Indonesia again delivered good results in 2014. Annualized New Premium (ANP) grew by 20.8 percent, reflecting the strong sales in new business acquisition driven by the distribution channels of Bancassurance and Allianz Star Network (ASN).

Credit life business showed the highest growth with 51.1 percent growth compared to the growth in 2013, meanwhile unit link remained the customer's favorite as it made the most contribution with IDR 1.47 trillion or 74.4 percent of the new business totaling at.

Indonesia's capital market showed better performance compared to last year and has boosted the investment income. Gross investment income rose by 766.3 percent to IDR 3.06 trillion from IDR 353.6 billion in the last year. This was mainly driven by unit link fund performance.

Net income significantly grew by 58.5 percent from IDR 513.6 billion to IDR 813.9 billion, meanwhile Profit Before Tax showed healthy growth, with IDR 1.08 trillion rising by 59.4 percent from last year following a better investment result.

The company's total asset also grew by 23.9 percent to IDR 26.77 trillion, and total Asset Under Management reached IDR 24.60 trillion from IDR 19.98 trillion over the same period last year, increasing by 22.9 percent.

Pendapatan Premi Bruto

Gross Written Premium

+ 15.2%

IDR **9.71** trillion

Rasio kecukupan modal yang ditunjukkan oleh RBC (*Risk Based Capital*) tetap berada di posisi kuat sebesar 455 persen, jauh di atas persyaratan minimum Pemerintah sebesar 120 persen, dimana hal tersebut memperlihatkan kemandirian posisi perusahaan dalam membayarkan klaim dan manfaat kepada nasabah. Manfaat yang diterima nasabah sendiri mencapai Rp 5,58 triliun, meningkat 26,2 persen dibanding tahun lalu.

Allianz Utama Indonesia

Allianz Utama Indonesia telah melalui tahun penuh sukses dengan pertumbuhan PPB sebesar 76,9 persen pada angka Rp 1,14 triliun, dimana keuntungannya berasal dari perkembangan positif pada bisnis asuransi properti dan mobil. Pertumbuhan ini jauh lebih tinggi dibanding pertumbuhan industri asuransi umum sendiri yaitu sebesar 17,9 persen dan mencerminkan bahwa perusahaan sudah berjalan di jalur yang tepat.

Pada tahun 2014, Allianz Utama Indonesia membukukan laba bersih sebesar Rp 29,41 miliar atau meningkat secara signifikan sebesar 419,4 persen dari pendapatan bersih pada tahun 2013 sebesar Rp 5,66 miliar.

Laba sebelum pajak memperlihatkan kenaikan yang tinggi sebesar 238,5 persen menjadi Rp 37,73 dari Rp 11,14 miliar, dimana kenaikan ini terutama didorong oleh hasil *underwriting* yang lebih baik sementara hasil investasi tetap stabil. Rasio gabungan meningkat sebesar 10 *percentage point* dari 113 persen menjadi 103 persen, sedangkan RBC bertahan pada posisi 143 persen.

Risk Based Capital (RBC) remained strong at 455 percent, way above the Government's minimum requirement of 120 percent, indicated the company's capability to secure the position in making claim and benefit payments to customers. The benefits received by customers reached IDR 5.58 trillion, a 26.2 percent increase from last year.

Allianz Utama Indonesia

Allianz Utama Indonesia saw a successful year with 76.9 percent GWP growth of IDR 1.14 trillion, benefitting from positive developments in property and car insurance business. The growth is significantly higher than the general insurance industry growth of 17.9 percent and reflected that the company is very much on track.

In 2014, Allianz Utama Indonesia posted a net profit of IDR 29.41 billion or increased very significantly by 419.4 percent of net income in 2013 that was in the amount of IDR 5.66 billion.

Profit before tax showed considerable increase by 238.5 percent to IDR 37.73 billion from IDR 11.14 billion, driven mainly by a better underwriting result while the investment result remained stable. Combined ratio improved by 10 percentage point from 113 percent to 103 percent, while RBC stood at 143 percent.

Pendapatan Premi Bruto Gross Written Premium

+ 76.9%

IDR 1.14 trillion

Pertumbuhan hasil *underwriting* mencapai 82,4 persen menjadi Rp 124,4 miliar, terlepas dari dampak bencana alam. Hal ini membuktikan kapabilitas Allianz Utama Indonesia dalam menerapkan pengelolaan risiko yang baik di semua lini bisnis.

Pada waktu yang sama, komitmen kuat terhadap nasabah juga ditunjukkan dengan pembayaran klaim dan manfaat yang meningkat 81,3 persen menjadi Rp 301,5 miliar dari sebelumnya Rp 166,3 miliar.

Allianz Utama Indonesia juga mencatatkan pertumbuhan aset yang positif sebesar Rp 1,97 triliun di tahun 2014. Angka ini meningkat sebesar 38,8 persen dibanding tahun 2013 sebesar Rp 1,42 triliun.

Underwriting result growth reached 82.4 percent to IDR 124.4 billion, despite impact from natural catastrophes. This proved the capability of Allianz Utama Indonesia in applying good risk selection in all business lines.

Meanwhile strong commitment to customers is shown by paid off claims and benefits, with an increase by 81.3 percent to IDR 301.5 billion from IDR 166.3 billion.

Allianz Utama Indonesia also recorded a positive asset growth of IDR 1.97 trillion in 2014. It increased 38.8 percent compared to 2013 of IDR 1.42 trillion.

Tinjauan Operasional

Overview of Operations

Penggunaan teknologi merupakan prioritas utama bagi operasional Allianz Indonesia agar perusahaan dapat tumbuh secara berkelanjutan dengan lebih efisien serta produktif.

The use of technology constitutes a top priority for Allianz Indonesia's operations to allow the company to grow in a sustainable manner.

Toward Mobile Insurance Service

Pada 2014, Allianz Indonesia semakin mempertajam fokus sebagai perusahaan asuransi yang meningkatkan budaya kinerja tinggi dengan memanfaatkan kemajuan teknologi. Penggunaan teknologi merupakan prioritas utama bagi operasional Allianz Indonesia agar perusahaan dapat tumbuh secara berkelanjutan dengan lebih efisien serta produktif, juga meningkatkan kualitas layanan sebagai nilai tambah bagi para nasabah dan mitra bisnis.

Dewasa ini, gaya hidup masyarakat semakin *mobile*, yang memberikan tantangan tersendiri bagi Allianz Indonesia untuk dapat menjawab kebutuhan masyarakat akan layanan yang cepat dan nyaman, tetapi juga aman. Rencana strategis Perusahaan berpusat pada upaya untuk meningkatkan pengalaman nasabah melalui fitur-fitur digital yang berlaku dalam setiap sistem asuransi.

Digitalisasi juga membantu dalam mengambil langkah yang cepat dan tepat untuk memberikan pengalaman berasuransi yang nyaman dan mudah bagi nasabah. Nasabah kini bisa mendapatkan layanan asuransi semudah membalik telapak tangan. Aktivasi produk-produk asuransi umum kini dapat dilakukan melalui SMS dan pemberitahuan konfirmasi klaim dapat dikirim melalui SMS ke *handphone* mereka.

Allianz Indonesia juga memberikan layanan portal *online* bagi nasabah kesehatan individu maupun kelompok. Portal ini dapat membantu mereka dalam memantau informasi tentang polis mereka, dari status pembayaran, investasi sampai klaim.

Toward Mobile Insurance Service

In 2014, Allianz Indonesia sharpened its focus as an insurance company that promotes a high performance culture by utilizing technology advancement. The use of technology constitutes a top priority for Allianz Indonesia's operations to allow the company to grow in a sustainable manner, also to improve the quality of service as an added value for customers and business partners.

Nowadays, people are adopting more mobile lifestyle, which gives Allianz Indonesia a challenge to answer their needs for a service that is not only fast and convenient, but also secure. The Company's strategic plan is centered on efforts to enhance the customer's touch points through digitalized features that are applied in each of its insurance system.

Digitalization helps take prompt and appropriate measures to give an easy and convenient insurance experience for customers. They now can get insurance service as easy as turning their palm around. Product activation of general insurance products now can be done via SMS and claim confirmation notification can be sent to their phone.

Allianz Indonesia also provides online customer portal for life and health insurance customers of group and individual. This portal can help them to monitor their policy information, from payment status, investment to claim.



Portal tersebut juga memungkinkan nasabah untuk melakukan berbagai tugas-tugas finansial dan non-finansial secara *online*, seperti memperbaharui nama penerima manfaat, mengganti pilihan dana investasi, dan lain-lain. Bagi nasabah asuransi mobil juga dapat melacak status klaim mereka melalui portal ini.

Sementara itu, semua komunikasi dan pengiriman informasi kini tersedia dalam format digital. Nasabah dapat meminta lembar tagihan (*billing statement*) dikirim melalui *e-mail*, yang tidak hanya nyaman, tetapi juga memungkinkan mereka untuk berkontribusi pada upaya pelestarian lingkungan.

Baru-baru ini Allianz Life meluncurkan eAZy Claim, aplikasi pengajuan klaim kesehatan pertama untuk *smartphone* di Indonesia. Aplikasi ini memungkinkan nasabah melakukan klaim asuransi kesehatan via *smartphone* Android atau iPhone. Nasabah dapat dengan mudah mengirim gambar-gambar dokumen yang diperlukan kapan saja dan dimana saja.

Di sisi proses *back office*, Allianz Life sudah memperkenalkan sistem nirkertas (*paperless system*) dan arus kerja secara otomatis di seluruh proses inti. Allianz Life akan terus melanjutkan prakarsa ini untuk mempercepat waktu pemrosesan dan melakukan efisiensi sumber daya agar dapat membangun sistem *back office* yang terukur.

The portal also allows customers to execute various financial and non-financial tasks online, such as updating the name of their beneficiaries, switching fund, etc. Car insurance customers can also track their claim through this portal.

Meanwhile, all communication and delivery of information are now available in a digital format. Customers can have their billing statement to be sent via *e-mail*, which is not only convenient but also enables them to contribute in preserving the environment.

Recently Allianz Life launched eAZy Claim, the first health claim submission application for *smartphone* in Indonesia. The application will allow customers to claim health insurance reimbursement via their Android *smartphone* or iPhone. Customers can easily submit the pictures of the required documents anytime and anywhere.

On the side of *back-office* processes, Allianz Life has introduced a *paperless system* and automated workflows across all key processes. Allianz Life will continue these initiatives to continue to speed up the processing time and the efficiency of its resources in order to build a highly scalable *back-office*.



Operasional Allianz Utama telah secara sukses menerapkan sistem klaim yang sepenuhnya dapat dilakukan secara otomatis dan terintegrasi dengan sistem milik vendor, sehingga hal itu memungkinkan adanya otomatisasi penuh dari awal hingga akhir yang menggunakan berkas klaim asuransi mobil digital yang terintegrasi. Dengan menghilangkan sistem pembayaran klaim manual, Allianz Utama berupaya untuk meningkatkan efisiensi proses klaim asuransi mobil dan secara signifikan mengurangi jumlah penggunaan tenaga pada bagian yang terotomatisasi, dengan demikian hal itu dapat digunakan untuk menjalankan fungsi lain yang mendukung produktivitas. Selain itu, Allianz Utama telah mengembangkan sebuah sistem untuk meningkatkan kapasitas dalam menangani *commercial fleet policy*.

Sejak tahun lalu, penjaminan untuk asuransi mobil sudah menggunakan *black-box underwriting* yang memungkinkan seluruh langkah-langkah persetujuan diproses secara digital. Hal ini mengakibatkan pengurangan waktu persetujuan secara substansial, yang secara efektif memangkas waktu tunggu bagi nasabah, serta membantu menurunkan risiko dan kemungkinan terjadinya penipuan yang mungkin muncul pada proses pemberian persetujuan.

Operations of Allianz Utama has successfully implemented a fully automated claim system and fully integrated it to vendor system, thus it enables full end-to-end automation for car insurance claims using an integrated digital claims file. By the omission of manual system of claim payment, Allianz Utama manages to improve the efficiency of car insurance claim process and significantly reduces headcount at automated items, and thus it can be assigned to other functions that support productivity. In addition, Allianz Utama developed a system to improved its capacity for handling commercial fleet policy.

Since last year, the underwriting for car insurance has utilized black-box underwriting which allows the entire approval steps to be processed digitally. This has resulted in substantial reduction in approval time, effectively cut the waiting time for the customers, while helped to reduce risk and possibility of fraud that may arise in the approval process.

Selain itu, Allianz Indonesia juga memberi perhatian lebih besar untuk agen. Di 2014, Allianz Utama mengembangkan portal untuk agen dan meluncurkan sebuah layanan terpadu yang disebut *Agency Service*. Saat ini layanan terpadu ini baru tersedia bagi agen di wilayah Jakarta.

Sementara itu, Allianz Life memperkenalkan ASN Toolbox yang akan memfasilitasi para agen ASN untuk mengerjakan tugas keagenan cukup melalui iPad. ASN Toolbox memiliki fitur-fitur unggulan yang memungkinkan para agen membuat ilustrasi manfaat, memberikan persetujuan proposal hingga melakukan pengiriman Surat Pengajuan Asuransi Jiwa (SPAJ) kapanpun dimanapun, serta memonitor status proses maupun nasabahnya secara mudah dan nyaman.

Allianz Indonesia juga secara proaktif melakukan analisis dan perbaikan berdasarkan masukan yang diterima dari nasabah untuk terus memperbaiki tingkat kepuasan nasabah. Perusahaan percaya bahwa dengan sumber daya serta inisiatif digital yang tepat, perusahaan akan mampu untuk bertumbuh dan sekaligus meningkatkan efisiensi dan pengalaman nasabah.

Berbagai penyesuaian dan inisiatif yang dilakukan dalam seluruh proses, ditambah dukungan infrastruktur serta sumber daya yang handal, akan meningkatkan produktivitas perusahaan dalam memberikan pelayanan yang unggul. Allianz Indonesia akan terus meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam semua aspek operasional melalui pemanfaatan otomatisasi dan digitalisasi yang lebih luas di seluruh perusahaan.

In addition, Allianz Indonesia also paid more attention to agents. In 2014, Allianz Utama developed a portal for agents and launched a one-stop service called *Agency Service*, currently only available for agents in Jakarta area.

Meanwhile Allianz Life also introduced ASN Toolbox that will facilitate ASN agents to do their agency work through their iPad. ASN Toolbox has cutting-edge features which will enable agents to create benefits illustration, proposal approval, Life Insurance Application submission anytime and anywhere, as well as to monitor the status of the process and their customers in an easy and convenient way.

Allianz Indonesia also proactively performed analysis and improvement based on customer feedback to continuously improve the level of customer satisfaction. The company believed that the right resources and digital initiative will allow the company to grow and simultaneously improve efficiency and customer experience.

Various refinement and investment in throughout the processes, supported by reliable infrastructure and resource will increase productivity in providing excellent service. Allianz Indonesia will continue improving efficiency and effectiveness in all aspects of operations through extended utilization of automation and digitalization across the company.

Tinjauan Fungsional

Functional Overview

Allianz Indonesia membangun sumber daya manusia yang unggul melalui pengembangan berbasis kompetensi untuk menciptakan daya saing perusahaan secara berkelanjutan.

Allianz Indonesia improve its excellent human resources with a competency-based development to create the company's competitiveness in a sustainable manner.

Allianz Indonesia didukung oleh sumber daya manusia (SDM) unggul. Perusahaan mengedepankan pengembangan SDM berbasis kompetensi untuk menciptakan pertumbuhan dan daya saing secara berkelanjutan.

Allianz Indonesia is supported by superior human resources (HR). The Company put forward the development of a competency-based human resources to create growth and sustainable competitiveness.

Sepanjang tahun 2014, Allianz Indonesia telah mengembangkan budaya kerja dan lingkungan kerja yang positif. Setiap karyawan memiliki kesempatan untuk tumbuh dan berkembang bersama perusahaan.

Throughout 2014, Allianz Indonesia have developed a positive work culture and work environment. Every employee has the opportunity to grow and develop along with the company.

Konsep Pengembangan SDM

Dalam mengembangkan SDM, Allianz Indonesia menggunakan konsep CBHRM (*Competency-Based Human Resources Management*) yang sesuai dengan strategi perusahaan. Manajemen terus melakukan analisa dan perbaikan kebijakan secara terstruktur untuk meningkatkan produktivitas karyawan.

Human Resource Development Concept

In developing its human resources, Allianz Indonesia is using Competency Based Human Resources Management (CBHRM) that align with the Company's strategy. Management constantly performed analysis and developed policies in a structured way to increase the employees' productivity.

Perusahaan juga terus mengembangkan perencanaan kinerja yang jelas, terukur, realistis, dan berorientasi pada hasil, untuk diimplementasikan di seluruh organisasi. Proses pengelolaan kinerja diimplementasikan dalam bentuk penjelasan, pelatihan dan pengembangan yang bertujuan membekali karyawan dengan kemampuan sesuai potensinya.

The Company also continued to develop a clear, measurable, realistic target and results oriented performance plan, to be implemented in entire organization. Performance management process is implemented in explanation, training and development that aim to equip each employee with the capability according to their potential.

Selain itu, evaluasi kinerja dilakukan secara berkala untuk menilai pencapaian selama periode tertentu. Seluruh promosi, mutasi, bimbingan dan konseling serta remunerasi dilakukan berdasarkan hasil kinerja menurut *Key Performance Indicator* (KPI).

In addition, performance evaluation is regularly conducted to assess achievement during certain period. All promotion, mutation, guidance and counseling as well as remuneration are undertaken based on performance of Key Performance Indicator (KPI).



Perekrutan

Seiring dengan pertumbuhan bisnis Allianz Indonesia, kebutuhan SDM terus meningkat dari waktu ke waktu. Oleh sebab itu, proses perekrutan calon karyawan baru dilakukan secara berkala melalui seleksi secara adil dan menyeluruh. Tujuannya untuk mencari kandidat yang memenuhi standar ketepatan dan kepatutan sesuai dengan pekerjaan yang tersedia, tanpa faktor nepotisme, hubungan khusus, ataupun kepentingan tertentu lainnya. Inisiatif pengecekan latar belakang karyawan telah mulai dilakukan khususnya untuk posisi *manager* ke atas serta posisi strategis lainnya.

Selain itu, Perusahaan telah mengenalkan kebijakan perekrutan dan mensosialisasikannya ke seluruh kepala departemen, juga mengenalkan *Hogan for Value and Personality Inventory*, sebuah metode untuk mengetahui keunggulan calon karyawan. Dalam standarisasi kualitas calon karyawan, proses seleksi dimulai dari penyaringan universitas dengan reputasi yang baik, dengan minimal jenjang pendidikan D3. Selanjutnya, dilakukan pemeriksaan riwayat kesehatan dan mencari perusahaan-perusahaan alih daya baru guna mendapatkan kualitas SDM terbaik. Perusahaan juga telah mulai melakukan dokumentasi data personal karyawan.

Recruitment

Along with Allianz Indonesia's business growth, the HR needs continued to increase from time to time. Therefore, the Company regularly recruited new employees in a fair and thorough candidates selection. The goal is to find candidates who meet the standards of accuracy and propriety in accordance to existing available jobs, without nepotism, special relationship, or other particular interests. Employee's background check has been initiated especially for manager position and above as well as other strategic positions.

In addition, the Company has introduced recruitment policy and disseminated to all heads of departments, also introduced Hogan for Value and Personality Inventory, a method to determine the candidate's advantage. In standardizing candidate quality, the selection is started from sorting universities with good reputation, with a minimum level of education of Diploma. Subsequently, the Company also performed medical history examination, also searched for new outsourcing companies to get for the best human resource quality. Last, the Company has also started to document the personal data of employees.

Jejak Langkah Pengembangan SDM

Pengelolaan SDM dilaksanakan secara terencana dari tahun ke tahun. Berikut ini adalah perjalanan penting pengelolaan SDM Allianz Indonesia serta rencana di tahun 2015.

Human Resources Development Milestone

Human resources management is carried out in a well-planned manner from year to year. Here is an important highlight of Allianz Indonesia's human resources management and planning in 2015.



Jumlah Karyawan

Komposisi dan jumlah karyawan terus mengalami perubahan secara dinamis dari tahun ke tahun sesuai dari kebutuhan di masing-masing lini organisasi. Jumlah karyawan Allianz Indonesia sampai dengan Desember 2014 sebanyak 1.317 orang yang terdiri dari karyawan PT Asuransi Allianz Life Indonesia sebanyak 928 orang, dan karyawan PT Asuransi Allianz Utama Indonesia sebanyak 389 orang.

Number of Employees

The composition and number of employees continues changing dynamically from year to year according to the needs in each line of the organization. Number of employees of Allianz Indonesia until December 2014 is 1,317 people consisting of 928 employees of PT Asuransi Allianz Life Indonesia, and 389 employees of PT Asuransi Allianz Utama Indonesia.

Allianz Life

928 Orang /Person

Penambahan Pegawai
New Recruitment

+ 138 Orang /Person

Allianz Utama

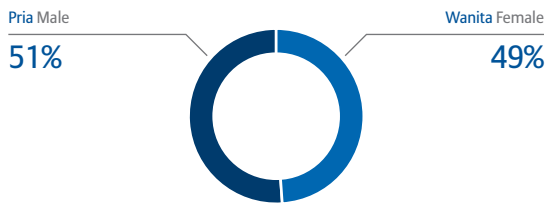
389 Orang /Person

Penambahan Pegawai
New Recruitment

+ 67 Orang /Person

Komposisi Karyawan Employee's Composition

Berdasarkan Gender Based on Gender



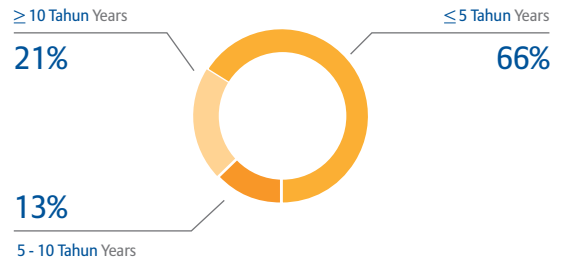
Berdasarkan Gender Based on Gender



Berdasarkan Lama Bekerja Based on Duration of Service



Berdasarkan Lama Bekerja Based on Duration of Service



Komposisi Karyawan Berdasarkan Pendidikan

Karyawan Allianz Indonesia terdiri dari berbagai jenjang pendidikan mulai SLTA dan sederajat, Sarjana, Magister dan Doktor. Komposisi pegawai dengan tingkat pendidikan Sarjana menempati jumlah terbanyak yaitu 853 orang, sedangkan komposisi karyawan dengan tingkat pendidikan Diploma sebanyak 272 orang. Perusahaan juga masih mempekerjakan karyawan dengan tingkat pendidikan SLTA dan sederajat sebanyak 117 orang. Berikut adalah tabel komposisi karyawan menurut jenjang pendidikan:

Employee Composition By Education

Employees of Allianz Indonesia come from different levels of education, starting from high school or its equivalent, Bachelor, Masters and Doctorate. By level of education, employees with Bachelor degree represent the largest group of 853 people, followed by employees with educational level of Diploma at the number of 272 people. The Company also hired employees with a high school education and its equal level of 117 people. The following table is the composition of employees by level of education:

Pegawai Menurut Pendidikan Employees by Education	Allianz Life	Allianz Utama	Total
Doktoral/Doctorate	2	1	3
Magister/Master	54	18	72
Sarjana/Bachelor	613	240	853
Diploma/Diploma	201	71	272
SLTA dan sederajat/Primary/High School	58	59	117
Jumlah/Total	928	389	1.317

Komposisi Karyawan Berdasarkan Jenjang Jabatan

Komposisi karyawan berdasarkan jenjang jabatan dikelompokkan menjadi *Executive Vice President/CEO, Senior Vice President, Vice President, General Manager, Manager, Assistant Manager, Supervisor, Senior Officer, Officer* dan *Staff*. Komposisi karyawan terbanyak ditempati posisi *Senior Officer* yaitu sebanyak 304 orang. Berikutnya adalah posisi *Supervisor* sebanyak 292 orang. Perbandingan jumlah komposisi karyawan berdasarkan jenjang jabatan pada tahun 2014 dan tahun 2013 adalah sebagai berikut:

Employee Composition By Rank

Employees Composition by Position hierarchical rank is grouped into Executive Vice President / CEO, Senior Vice President, Vice President, General Manager, Manager, Assistant Manager, Supervisor, Senior Officers, Officers and Staff. The largest group in the employees composition is occupied by the position of Senior Officer with a total of 304 people. The next largest group is the position of Supervisor, with 292 people. Comparison of the employees composition by the hierarchical rank in 2014 and 2013 are as follows:

Jabatan Occupation	Allianz Life	Allianz Utama	Total
Executive Vice President/CEO/BOD Executive Vice President/CEO/BOD	3	2	5
Senior Vice President Senior Vice President	7	3	10
Vice President Vice President	16	5	2
General Manager General Manager	62	13	75
Manager Manager	111	36	147
Assistant Manager Assistant Manager	127	56	183
Supervisor Supervisor	205	87	292
Senior Officer Senior Officer	206	98	304
Officer Officer	172	76	248
Staff Staff	19	13	32
Jumlah/Total	928	389	1.317



Allianz Indonesia Corporate University (AICU)

Allianz Indonesia berkomitmen untuk mengembangkan sumber daya manusia di dalam organisasi. Komitmen tersebut diwujudkan melalui Allianz Indonesia Corporate University (AICU) yang dibentuk pada tahun 2008. AICU melaksanakan program pelatihan dan pengembangan diri karyawan serta tenaga pemasaran melalui pelatihan komprehensif yang sesuai dengan etika bisnis Allianz Indonesia.

Allianz Indonesia Corporate University (AICU)

Allianz Indonesia is committed to develop human resources within the organization. The commitment is realized through Allianz Indonesia Corporate University (AICU) which was established in 2008. AICU conducts training and personal development programs for employees and sales force through comprehensive training, which comply to Allianz Indonesia's business ethics.

Tata Kelola Perusahaan yang Baik

Good Corporate Governance



Allianz Indonesia senantiasa menganut dan menerapkan prinsip-prinsip Tata Kelola Perusahaan yang Baik (TKPB), yaitu Transparansi, Akuntabilitas, Tanggung Jawab, Independensi dan Kewajaran, di seluruh organisasi.

Allianz Indonesia consistently adheres and implements the principles of Good Corporate Governance – Transparency, Accountability, Responsibility, Independency, Fairness throughout the entire organization.

Penerapan Tata Kelola Perusahaan yang Baik sangat penting untuk meningkatkan nilai bagi para pemangku kepentingan, memastikan manajemen yang bertanggung jawab dan transparan serta membantu membentuk lingkungan kerja yang sehat.

Oleh sebab itu, Perusahaan mematuhi kebijakan dan prosedur yang berkaitan dengan berbagai aspek penting dalam pelaksanaan Tata Kelola Perusahaan yang Baik, yaitu Kebijakan & Prosedur Anti Korupsi, Kebijakan Anti Pencucian Uang, Kebijakan *Anti-Fraud* dan Protokol Investigasi, Kode Etik, serta Pedoman dan Prosedur *Whistleblowing*.

The implementation of Good Corporate Governance is crucial to enhancing value to the stakeholders, ensuring accountable and transparent management while facilitating a healthy work environment.

Accordingly, the Company adheres to policies and procedures pertaining to various aspects relevant in Good Corporate Governance implementation, namely Anti-Corruption Policy & Procedure, Anti-Money Laundering Policy, Anti-Fraud Policy and Investigation Protocol, Code of Conduct, and Whistleblowing Guidelines and Procedure.

Struktur Tata Kelola Perusahaan yang Baik adalah sebagai berikut:

The structure of Good Corporate Governance comprises the following:

Dewan Komisaris

Board of Commissioners

Dewan Komisaris memantau kinerja Direksi dalam mengelola Perusahaan sesuai dengan visi dan misinya; dan mengawasi Direksi dalam menjaga keseimbangan antara kepentingan pemegang polis/pihak Tertanggung, peserta dan/atau penerima manfaat.

The Board of Commissioners monitors the performance of the Board of Directors in managing the Company in accordance with its vision and mission; and supervises the Board of Directors in maintaining the balance of the interests of policyholders/ insured parties, participants and/ or beneficiaries.

Struktur Dewan Komisaris adalah sebagai berikut:

The structure of the Board of Commissioners is as follows:

PT Asuransi Allianz Life Indonesia	PT Asuransi Allianz Utama Indonesia
<ul style="list-style-type: none"> Komisaris Utama President Commissioner: Heinz Walter Dollberg Komisaris Commissioner: Wiyono Kurniawan Sutioso Komisaris Commissioner: Daniel Neo Komisaris Commissioner: Arif Firman 	<ul style="list-style-type: none"> Presiden Komisaris President Commissioner: Joachim Wessling Wakil Presiden Komisaris Vice President Commissioner: Heinz Walter Dollberg Komisaris Commissioner: Syarifudin Komisaris Commissioner: Arif Firman

Dalam pelaksanaan Tata Kelola Perusahaan yang Baik, Dewan Komisaris dibantu oleh Komite Audit dan Komite Risiko.

In the implementation of Good Corporate Governance, the Board of Commissioners is assisted by the Audit Committee and the Risk Committee.

Komite Audit

Audit Committee

Komite Audit membantu Dewan Komisaris dalam pengawasan Perusahaan dengan mengevaluasi laporan keuangan dan kinerja secara keseluruhan, mendiskusikan temuan audit dengan Direksi, dan memberikan opini profesional dan rekomendasi kepada Direksi dan Dewan Komisaris berkaitan dengan kepatuhan terhadap peraturan dan ketentuan yang berlaku.

The Audit Committee assists the Board of Commissioners in overseeing the Company by evaluating its financial statements and overall performance, discussing audit findings with the Board of Directors, and providing professional opinions and recommendations to the Board of Directors and the Board of Commissioners with regard to compliance with applicable rules and regulations.

Komite Risiko

Komite Risiko membantu Dewan Komisaris dalam memantau pelaksanaan praktik manajemen risiko yang sehat dan menilai toleransi risiko yang akan diambil.

Direksi

Direksi mewakili Perusahaan di dalam dan di luar pengadilan dalam segala hal dan peristiwa. Direksi mengikat Perusahaan dengan pihak lain dan sebaliknya, melaksanakan semua tindakan yang berkaitan dengan manajemen dan kepemilikan Perusahaan.

Struktur Direksi adalah sebagai berikut:

Risk Committee

The Risk Committee assists the Board of Commissioners in monitoring the implementation of sound risk management practices and assessing the risk tolerance to be taken.

Board of Directors

The Board of Directors represents the Company within and outside of court on all matters and in any event. It binds the Company with other parties and vice versa, executing all actions pertaining to the Company's management and ownership.

The structure of the Board of Directors is as follows:

PT Asuransi Allianz Life Indonesia	PT Asuransi Allianz Utama Indonesia
<ul style="list-style-type: none"> Direktur Utama President Director: Joachim Wessling Direktur Director: Todd Robert Swihart Direktur Director: Meylindawati Direktur Director: Alan Jonathan Tangkas Darmawan 	<ul style="list-style-type: none"> Presiden Direktur President Director: Daniel Neo Wakil Presiden Direktur Vice President Director: Wiyono Kurniawan Sutioso Direktur Director: Eric Nemitz Direktur Director: Michael A Thomssen Direktur Director: Inkes Lukman

Dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya, Direksi juga dibantu oleh Komite Investasi.

Komite Investasi

Komite Investasi memastikan bahwa semua keputusan investasi mengikuti strategi berdasarkan ketelitian, keterampilan, dan kehati-hatian, serta konsisten dengan filosofi investasi Grup Allianz, undang-undang dan peraturan yang berlaku, dan situasi pasar lokal.

In implementing its duties and responsibilities, the Board of Directors is also assisted by the Investment Committee.

Investment Committee

The Investment Committee ensures that all investment decisions follow a strategy based upon care, skills, and prudence, as well as consistent with the investment philosophies of Allianz Group, applicable laws and regulations, and local market situation.

Komite Pendukung Lain

Perusahaan juga didukung oleh komite-komite lainnya, yang juga penting bagi pelaksanaan Tata Kelola Perusahaan yang Baik secara efektif, yaitu:

Unit Kerja Pengenalan Nasabah

Dalam upaya untuk mendeteksi dan mencegah pencucian uang, Unit Kerja Pengenalan Nasabah (UKPN) bertanggung jawab untuk mengembangkan dan menerapkan pedoman-pedoman pelaksanaan Prinsip Mengenal Nasabah (PMN). UKPN memastikan bahwa semua formulir yang harus diisi oleh nasabah telah mengikutsertakan semua data yang dibutuhkan untuk pelaksanaan PMN.

Komite Integritas

Komite Integritas adalah komite gabungan yang ditunjuk dan disahkan oleh Direksi PT Asuransi Allianz Life Indonesia dan PT Asuransi Allianz Utama Indonesia.

Tugas Komite Integritas adalah:

1. Bertanggung jawab untuk berkoordinasi dan menentukan tindakan yang tepat untuk semua kasus-kasus, laporan-laporan, atau komunikasi di dalam PT Asuransi Allianz Life Indonesia dan PT Asuransi Allianz Utama Indonesia yang merujuk pada topik-topik terkait yang dicakup oleh Komite Integritas. Komite ini berwenang memberikan putusan akhir terhadap hal-hal tersebut.
2. Menjaga pemahaman atas hukum dan peraturan yang berlaku tentang topik terkait program kepatuhan perusahaan dan integritas, dan memastikan daya guna dan tepat guna dari sistem manajemen ini.
3. Mendukung Kode Etik dan Kode Etik Penjualan Allianz, termasuk Kebijakan Kepatuhan.

Other Supporting Committees

The Company is also supported by other committees, which likewise, are central to the effective implementation of Good Corporate Governance, namely:

Know Your Customer Working Unit

In the efforts to detect and prevent money laundering, the Know Your Customer Working Unit (KYCWU) is responsible for developing and maintaining the guidelines for the implementation of Know Your Customer Principle (KYCP). The KYCWU ensures that all forms to be filled by the customers have considered all data required for the implementation of KYCP.

Integrity Committee

The Integrity Committee is a joint committee that is appointed and authorized by the Board of Directors (BOD) of PT Asuransi Allianz Life Indonesia and PT Asuransi Allianz Utama Indonesia.

The duties of Integrity Committee are:

1. Responsible to coordinate and provide appropriate action for all cases, reports, or communication within PT Asuransi Allianz Life Indonesia and PT Asuransi Allianz Utama Indonesia which refer to integrity related topics covered by the Integrity Committee. This Committee assumes the final decision authority on all such matters.
2. Maintains an understanding of current laws and regulations concerning corporate compliance program and integrity related topics, and ensures the efficiency and effectiveness of this management system.
3. Promotes the Allianz Code of Conduct and Sales Code of Conduct, including Compliance Policy.

Dewan Pengawas Syariah

Dewan Pengawas Syariah adalah badan independen yang dibentuk oleh Dewan Syariah Nasional. Dewan tersebut melakukan pengawasan berkala terhadap Divisi Syariah dan memberikan rekomendasi kepada Direksi dan Dewan Syariah Nasional.

Secara khusus, Dewan Pengawas Syariah bertanggung jawab untuk memastikan bahwa semua produk dan prosedur syariah telah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Kebijakan Tata Kelola Perusahaan yang Baik

Kebijakan & Prosedur Anti Korupsi

Kebijakan ini bertujuan untuk menghindari sanksi hukum dan kerusakan reputasi akibat tindakan illegal dan kriminal seperti korupsi atau suap.

Kebijakan ini dibuat untuk memenuhi Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2006 tentang Ratifikasi Konvensi PBB terhadap Korupsi, 2003 ("Undang-Undang Anti-Korupsi") dan peraturan lainnya di Indonesia tentang korupsi sebagai tindak pidana.

Kebijakan Anti Pencucian Uang

Diimplementasikan dalam Kebijakan dan Prosedur Prinsip Mengenal Nasabah untuk melindungi Allianz termasuk proses operasional kerja, seluruh karyawan dan tenaga penjual, yang disalahgunakan untuk tujuan pencucian uang.

Sharia Supervisory Board

The Sharia Supervisory Board is an independent body established by the National Sharia Board. It conducts periodic supervision of the Sharia Division and provides recommendations to the Board of Directors and the National Sharia Board.

More specifically, the Sharia Supervisory Board is responsible for ensuring that all sharia products and procedures are in accordance with sharia principles.

Good Corporate Governance Policies

Anti-Corruption Policy & Procedure

This policy aims to avoid law sanction and reputational damage from conducting illegal and criminal activities such as corruption or bribery.

This policy is made to comply with Law Number 7 Year 2006 concerning Ratification of United Nations Convention against Corruption, 2003 ("Anti-Corruption Law") and other Indonesia regulations concerning corruption as criminal act.

Anti-Money Laundering Policy

Implemented as part of the Know Your Customer Policy & Procedure to protect Allianz including operational processes, all employees and sales force, who are misused for money laundering.

Kebijakan & Protokol *Anti-Fraud*

1. Kebijakan *Anti-Fraud*

Kebijakan untuk menilai dan menangani risiko penipuan, mulai dari penipuan klaim asuransi, penggelapan premi, manipulasi data Teknologi Informasi, dan penyajian data keuangan yang salah secara sengaja.

2. Protokol Investigasi

Tujuan protokol ini adalah untuk melengkapi Pedoman *Anti-Fraud* dengan proses investigasi penipuan.

Kode Etik

Terdiri dari prinsip-prinsip yang ditujukan untuk mencegah situasi yang dapat merugikan integritas Allianz.

Kebijakan tentang Hadiah & Hiburan

Secara umum karyawan dilarang menawarkan, memberikan, menjanjikan atau menyetujui seluruh bentuk hadiah atau hiburan untuk nasabah atau mitra bisnis atau untuk menerima hal yang serupa dari mereka untuk mencegah konflik atau kemungkinan timbulnya konflik antara kepentingan karyawan dengan tanggung jawabnya di Allianz, nasabah atau mitra bisnis.

Kode Etik Penjualan

Berlaku terhadap seluruh agen pemasaran, pimpinan *agency*, dan perwakilan penjualan dari seluruh jaringan distribusi yang melakukan pemasaran produk Allianz.

Pedoman dan Prosedur *Whistleblowing*

Untuk memastikan tindakan ilegal atau tidak pantas dalam Perusahaan atau atas nama suatu entitas Allianz dapat diatasi dengan tepat.

Anti-Fraud Policy & Protocol

1. Anti-Fraud Policy

A policy for assessing and addressing the risk of fraud, from insurance claims fraud, premium embezzlement, manipulation of Information Technology data, to intentional misstatement of financial data.

2. Investigation Protocol

The purpose of this protocol is to complement Anti-Fraud Guidelines with fraud investigation process.

Code of Conduct

Consists of principles intended to avert the situations that may harm the integrity of Allianz.

Gift & Entertainment Policy

In general, employees are prohibited from offering, giving, promising or approving all forms of gifts or entertainment for customers or business partners or to accept such things from them in order to prevent conflict or potential conflict between the interests of the employees with responsibilities to Allianz, customers or business partners.

Sales Code of Conduct

Applies to all marketing agents, agency managers, and representatives of the entire sales distribution network marketing Allianz products.

Whistleblowing Guidelines and Procedure

To ensure that illegal or improper conduct within the Company or in the name of an Allianz entity can be addressed appropriately.

Kebijakan Benturan Kepentingan

Kebijakan ini memberikan penjelasan mengenai apa yang termasuk benturan kepentingan, proses dan prosedur yang ada untuk memfasilitasi kepatuhan dan konsekuensi dari ketidakpatuhan.

Kebijakan Uji Tuntas Perantara Penjualan

Ketika merekrut Agen Penjual dan Perantara Penjualan dibutuhkan langkah-langkah untuk mengurangi kemungkinan risiko reputasi, hukum atau peraturan atas hubungan kerja sama tersebut. Untuk tujuan tersebut maka diterapkan indikator peringatan dini atas risiko korupsi dan kecurangan pada proses perekrutan Agen Penjual dan Perantara Penjualan yang bertindak atas nama Allianz Indonesia.

Kebijakan Hubungan dengan Konsumen Instansi Pemerintahan

Kebijakan ini adalah untuk memberikan panduan dalam berinteraksi dan berhubungan bisnis dengan Konsumen Instansi Pemerintah.

Proses Eskalasi Kasus

Kebijakan ini memberikan panduan mengenai kasus yang harus dieskalasi kepada Departemen Hukum dan Kepatuhan, proses dan prosedur yang ada untuk menyelesaikan kasus yang dilaporkan kepada Departemen Hukum & Kepatuhan.

Kebijakan Penyaringan Integritas Pemasok

Kebijakan ini dirancang untuk membantu karyawan Allianz Indonesia untuk melakukan penyaringan integritas pemasok sebelum melakukan kerja sama.

Audit Internal

Perusahaan telah memiliki Divisi Audit Internal sebagai salah satu komponen pendukung dalam pelaksanaan Tata Kelola Perusahaan yang Baik dan memastikan manajemen yang efektif dan transparan. Audit Internal membantu Komite Audit dan Dewan Komisaris perusahaan untuk mencapai tujuannya dengan mengembangkan pendekatan yang sistematis dan disiplin untuk mengevaluasi dan memperbaiki efektivitas dari manajemen risiko, pengendalian internal dan tata kelola Perusahaan.

Conflict of Interest Policy

The policy provides a guide as to what constitutes a conflict of interest, the processes and procedures that are in place in order to facilitate compliance and the consequences of non-compliance.

Sales Intermediary Due Diligence Policy

When engaging a New Agent or a Sales Intermediary, it is required to apply certain steps to be taken to mitigate possible reputational, legal or regulatory risks of such engagement. For this purpose, early warning indicators for corruption and fraud risk are adopted into the established process of engaging Tied Agents and other Sales Intermediary acting on behalf of Allianz Indonesia.

Dealing with Government Customer Policy

This policy is designed to provide guidance for interaction and having business dealing with Government Customer.

Case Escalation Process

The policy provides a guide as to what kind of cases that you shall be escalated to Legal & Compliance Department, the process and procedures that are in place in order to settle every case submitted to Legal & Compliance Department.

Vendor Integrity Screening Policy

The policy is designed to assist Allianz Indonesia to conduct integrity screening of the vendor before engagement.

Internal Audit

Company has established an Internal Audit Division as one of the supporting functions in Good Corporate Governance implementation principles and ensuring an effective and transparent management. Internal audit assists the Audit Committee and the Board of Commissioners of Company to achieve its goals by developing a systematic and disciplined approach to evaluating and improving the effectiveness of its risk management, internal control and corporate governance practices.

Audit Internal memberikan keyakinan yang memadai serta konsultasi yang independen dan obyektif bahwa seluruh fungsi Perusahaan yang telah ditelaah berjalan secara konsisten sesuai dengan kebijakan dan prosedur, risiko yang teridentifikasi dimitigasi dengan pengendalian internal yang efektif dan seluruh kegiatan operasional dijalankan secara efisien. Audit Internal memiliki kewenangan untuk menelaah seluruh area Perusahaan dan memiliki akses yang tidak terbatas ke semua aktivitas, rekening, catatan, properti dan personil perusahaan yang diperlukan untuk memenuhi tugasnya.

Sebagai pedoman dalam pelaksanaan tugasnya, Audit Internal telah memiliki Piagam Audit Internal yang mengatur tentang kedudukan, ruang lingkup, wewenang, dan tanggung jawab yang harus dipatuhi oleh seluruh personil Audit Internal. Untuk menyesuaikan dengan kebutuhan dan dinamika Perusahaan, Piagam Audit Internal diperbaharui secara berkala.

Audit Internal memiliki tugas dan tanggung jawab utama antara lain sebagai berikut:

- Menyusun dan melaksanakan rencana kerja Audit Internal tahunan berdasarkan hasil analisis risiko (*risk-based audit*),
- Melakukan pengujian dan evaluasi atas pengendalian internal dan sistem manajemen risiko Perusahaan,
- Memberikan konsultasi, saran perbaikan dan informasi tentang hasil audit kepada semua tingkat manajemen, dan
- Melakukan pengawasan terhadap realisasi implementasi yang tepat waktu atas pelaksanaan perbaikan dalam menanggapi rekomendasi Audit Internal.

Divisi Audit Internal dipimpin oleh seorang Kepala Audit Internal yang dibantu oleh personil Audit Internal. Kepala Audit Internal bertanggung jawab langsung kepada Direktur Utama dan memiliki pelaporan fungsional kepada Komite Audit. Internal Audit itu independen dari unit kerja operasional.

The Internal Audit provides adequate assurance as well as independent and objective consultation that all Company functions under its review have operated consistently in accordance with the required policies and procedures, all identified risks are mitigated with an effective internal control and all operational activities are performed efficiently. Internal Audit is authorized to review all areas of the Company and has unrestricted access to all of the Company activities, accounts, records, property and personnel necessary to fulfill its duties.

As the basic guidelines in the implementation of its duties, Internal Audit has been equipped with the Internal Audit Charter that governs its status, scope of work, authorities, duties and responsibilities to be followed by the Internal Audit. To cope with the needs and dynamic of the Company, Internal Audit Charter is periodically reviewed.

The Internal Audit has the following main duties and responsibilities, among others:

- Developing and implementing its annual Internal Audit work plan based on risk analysis (*risk-based audit*),
- To conduct reviews and evaluation of the Company's internal control and risk management system
- To provide consultation, recommendations, and information regarding audited activities at all levels of management, and
- To monitor the realization of timely implementation of the corrective actions in response to audit recommendations.

The Internal Audit Division is led by the Internal Audit Head, assisted by Internal Audit personnel. The Internal Audit Head reports directly to the President Director and functional reporting to the Audit Committee. Internal Audit is independent from the operational work units.

Manajemen Risiko

Sebagai bagian dari Allianz Group ("Grup"), kerangka kerja manajemen risiko perusahaan didasarkan pada kerangka kerja manajemen risiko Grup. Dalam rangka melindungi aset keuangan, Grup menetapkan kebijakan manajemen risiko yang menyeluruh yang terdiri dari unsur-unsur utama sebagai berikut:

- Mendorong budaya manajemen risiko yang didukung oleh struktur tata kelola risiko yang kokoh.
- Menerapkan kerangka modal risiko yang terintegrasi secara konsisten di seluruh Grup untuk melindungi modal dasar dan mendukung pengelolaan modal yang efektif.
- Mengintegrasikan pertimbangan risiko dan kebutuhan modal ke dalam manajemen dan proses pengambilan keputusan melalui atribusi risiko dan alokasi modal ke berbagai segmen.

Kerangka kerja yang komprehensif tersebut memastikan bahwa semua risiko yang ada telah diidentifikasi, dianalisa, diukur, dan dikelola secara konsisten di seluruh Grup. Tingkat risiko yang dapat diterima (*risk appetite*) ditentukan oleh strategi risiko dan struktur batasan yang jelas.

Pemantauan dan pelaporan risiko secara ketat memungkinkan Perusahaan untuk mendeteksi kemungkinan penyimpangan dari toleransi risiko yang dapat terjadi pada tahap awal baik di tingkat Grup maupun perusahaan.

Di tingkat Perusahaan, Manajemen bertanggung jawab untuk membentuk dan mengawasi kerangka kerja manajemen risiko Perusahaan untuk memastikan bahwa risiko Perusahaan dikelola dengan baik dan sesuai dengan kebijakan Grup.

Untuk itu Manajemen telah membentuk Komite Manajemen Risiko yang bertanggung jawab untuk mengembangkan dan memantau kebijakan manajemen risiko.

Risk Management

As part of Allianz Group ("the Group"), the Company's risk management framework is aligned with the Group's risk management framework. In order to protect financial assets, the Group has established a group wide risk management policy with the following key elements:

- Promotion of a strong risk management culture supported by a robust risk governance structure.
- Consistent application of an integrated risk capital framework across the Group to protect the capital base and to support effective capital management.
- Integration of risk considerations and capital needs into management and decision-making processes through the attribution of risk and allocation of capital to the various segments.

This comprehensive framework ensures that risks are identified, analyzed, assessed and managed in a consistent manner across the Group. Risk appetite is defined by a clear risk strategy and limit structure.

Close risk monitoring and reporting allows us to detect potential deviations from our risk tolerance at an early stage at both the Group and operating entity levels.

At the Company level, the Management has overall responsibility for the establishment and oversight of the Company's risk management framework to ensure that the Company's risks are managed in a sound manner and in line with the Group's policies.

For this purpose, the Management has established a Risk Management Committee, which is responsible for developing and monitoring the risk management policies.

Komponen utama dari risiko adalah sebagai berikut:

a. Risiko Kredit

Risiko kredit adalah risiko kerugian keuangan dari ketidakmampuan pihak rekanan dalam memenuhi kewajiban-kewajiban yang mengikat.

Perusahaan menerapkan kebijakan dan prosedur berikut untuk memperkecil tingkat risiko kredit:

- Kebijakan risiko kredit yang menetapkan penilaian dan penentuan hal-hal yang merupakan risiko kredit bagi Perusahaan. Unit pemantauan risiko kredit dibentuk untuk memantau paparan kredit, dan pelanggaran dilaporkan kepada Komite Manajemen Risiko Perusahaan dan Kelompok Risiko Allianz SE.
- Reasuransi ditempatkan kepada rekanan yang memiliki peringkat kredit yang baik dan konsentrasi risiko dikelola melalui pedoman kebijakan sehubungan dengan batasan rekanan yang dikelola secara lokal namun disetujui oleh Allianz SE.
- Perusahaan memantau dan mengelola risiko kredit dan konsentrasinya dalam portofolio yang didasarkan pada sistem batasan rekanan.
- Grup memiliki sistem untuk mengelola risiko kredit, batasan kredit dialokasikan ke perusahaan berdasarkan *risk appetite* Grup. Pemantauan dilakukan baik di tingkat Perusahaan maupun di tingkat Grup.

The main components of risks are as follows:

a. Credit risk

Credit risk is the risk of financial loss from counterparties being unable to fulfill their contractual obligations.

The following policies and procedures are in place to mitigate the Company's exposures to credit risk:

- The credit risk policy which sets out the assessment and determination of what constitutes credit risk for the Company. A credit risk monitoring unit is established to monitor the credit exposures, and breaches are reported to both the Company's Risk Management Committee and the Risk Group of Allianz SE.
- Reinsurance is placed with counterparties that have a good credit rating and concentration of risk is managed through the policy guidelines in respect of counterparties' limits that are managed locally but approved by Allianz SE.
- The Company monitors and manages credit risks and concentrations thereof within the portfolio based on a counterparty limit system.
- As the Group employs a proprietary system to manage credit risk, credit limits are allocated to the Company based on the Group's risk appetite. Monitoring is performed at both the Company level and at the Group level.

b. Risiko Pasar

Perusahaan menganggap risiko pasar sebagai risiko dimana perubahan dalam variabel pasar akan mempengaruhi nilai wajar atau arus kas masa depan dari instrumen keuangan yang dimiliki. Secara umum, risiko pasar ditentukan oleh tiga variabel: kurs valuta asing (risiko mata uang), suku bunga pasar (risiko suku bunga) dan harga pasar (risiko harga ekuitas).

Otoritas keseluruhan untuk risiko pasar berada pada Komite Investasi; unit pemantauan risiko pasar bertanggung jawab untuk mengembangkan kebijakan manajemen risiko yang terperinci dan untuk meninjau pelaksanaannya sehari-hari.

- **Risiko Mata Uang**

Risiko mata uang adalah risiko dimana nilai wajar atau arus kas masa depan dari suatu instrumen keuangan akan berfluktuasi akibat perubahan kurs valuta asing.

Transaksi-transaksi utama Perusahaan dilakukan dalam mata uang Rupiah dan paparan terhadap risiko nilai tukar valuta asing terutama yang timbul sehubungan dengan dolar AS.

Sebagian besar aset keuangan perusahaan dalam denominasi mata uang yang sama dengan kewajiban kontrak asuransi.

Perusahaan tidak memiliki konsentrasi yang signifikan terhadap risiko mata uang karena tidak memiliki saldo yang signifikan dalam mata uang selain Rupiah. Oleh karena itu, Manajemen telah menetapkan bahwa dampak risiko mata uang terhadap laba sebelum pajak dan ekuitas tidak signifikan.

- **Risiko Suku Bunga**

Risiko suku bunga adalah risiko dimana nilai atau arus kas masa depan dari suatu instrumen keuangan akan berfluktuasi akibat perubahan suku bunga pasar. Instrumen dengan suku bunga mengambang memaparkan perusahaan terhadap risiko suku bunga arus kas, sedangkan instrumen dengan bunga tetap memaparkan Perusahaan terhadap risiko suku bunga nilai wajar.

b. Market Risk

The Company considers market risk as the risk that changes in market variables will affect the fair value or future cash flow of its holding of financial instruments. In general, market risk is defined by three variables: foreign exchange rates (currency risk), market interest rates (interest rate risk) and market prices (equity price risk).

Overall authority for market risk is vested in the Investment Committee; the market risk monitoring unit is responsible for the development of detailed risk management policies and for the day-to-day review of the implementation.

- **Currency risk**

Currency risk is the risk that the fair value or future cash flow of a financial instrument will fluctuate due to changes in foreign exchange rates.

The Company's principal transactions are carried out in Indonesian Rupiah and its exposures to foreign exchange risk arise primarily with respect to US dollar.

The Company's financial assets are primarily denominated in the same currencies as the corresponding insurance contract liabilities.

The Company has no significant concentration of currency risk as there are no significant balances in currencies other than Rupiah. Therefore, the Management has determined that the impact of currency risk on profit before tax and equity is not significant.

- **Interest Rate Risk**

Interest rate risk is the risk that the value or future cash flows of a financial instrument will fluctuate due to the change in market interest rates. Floating rate instruments expose the Company to cash flow interest rate risk, whereas fixed interest rate instruments expose the Company to fair value interest rate risk.

Untuk memastikan kecukupan dana untuk memenuhi kewajiban yang timbul dari kontrak asuransi, kebijakan risiko suku bunga Perusahaan memerlukan instrumen bunga tetap yang sesuai untuk dikelola. Bunga atas instrumen dengan tingkat bunga tetap ditetapkan di awal dan tidak berubah hingga jatuh tempo.

- **Risiko Harga Ekuitas**

Risiko harga ekuitas adalah risiko dimana nilai wajar atau arus kas masa depan dari suatu instrumen keuangan akan berfluktuasi karena perubahan harga pasar yang diakibatkan oleh faktor-faktor spesifik berkaitan dengan instrumen keuangan atau penerbitnya ataupun faktor-faktor yang mempengaruhi instrumen keuangan sejenis yang diperdagangkan di pasar.

Paparan risiko harga ekuitas Perusahaan berkaitan dengan aset keuangan yang nilainya akan berfluktuasi akibat perubahan harga pasar, terutama investasi pada efek ekuitas yang dimiliki bisnis asuransi jiwa dan kesehatan.

c. Risiko Likuiditas

Risiko likuiditas adalah risiko dimana Perusahaan akan mengalami kesulitan dalam memenuhi kewajiban yang berhubungan dengan kontrak asuransi dan instrumen keuangan.

Kebijakan dan prosedur berikut dibentuk untuk mengurangi paparan Perusahaan terhadap risiko likuiditas:

- Kebijakan risiko likuiditas yang menetapkan penilaian dan penentuan hal-hal yang merupakan risiko likuiditas bagi Perusahaan.
- Menerapkan pedoman untuk alokasi aset, struktur batasan portofolio dan profil jatuh tempo aset, untuk memastikan kecukupan dana untuk memenuhi kewajiban yang timbul dari kontrak asuransi dan investasi Perusahaan.
- Penerapan rencana pendanaan kontingensi yang menentukan proporsi dana minimum untuk memenuhi kebutuhan darurat serta menentukan peristiwa-peristiwa apa saja yang memerlukan rencana tersebut.
- Perusahaan memiliki portofolio aset yang beragam dan dapat dengan mudah dicairkan bila terjadi gangguan tak terduga atas arus kas.

In order to ensure the sufficiency of funds to fulfill its obligations arising from insurance contracts, the Company's interest rate risk policy requires appropriate fixed rate instruments to be maintained. Interest on fixed interest rate instruments is priced at the inception and is fixed until maturity.

- **Equity Price Risk**

Equity price risk is the risk that the fair value or future cash flows of a financial instrument will fluctuate because of changes in market prices by factors specific to the individual financial instrument or its issuer or factors affecting all similar financial instruments traded in the market.

The Company's equity price risk exposures relates to financial assets whose values will fluctuate as a result of changes in market prices, principally investment in equity securities held for life and health insurance business.

c. Liquidity Risk

Liquidity risk is the risk that the Company will encounter difficulty in meeting obligations associated with its insurance contracts and financial instruments.

The following policies and procedures have been established to mitigate the Company's exposures to liquidity risk:

- A liquidity risk policy which sets out the assessment and determination of what constitutes liquidity risk for the Company.
- Guidelines are in place for asset allocation, portfolio limit structures and maturity profiles of assets, in order to ensure sufficiency of funds to meet the obligations arise from the Company's insurance and investment contracts.
- Contingency funding plans are in place, which specify minimum proportion of funds to meet emergency calls as well as specifying events that would trigger such plan.
- The Company maintains a portfolio of highly marketable and diverse assets that can be easily liquidated in the event of an unforeseen interruption of cash flow.

d. Risiko Asuransi

Risiko asuransi adalah risiko kerugian bagi bisnis Perusahaan atau perubahan yang merugikan atas nilai kewajiban asuransi yang diakibatkan oleh perubahan tingkat, tren atau volatilitas sejumlah faktor risiko asuransi. Hal ini termasuk kematian, morbiditas, umur panjang, persistensi dan biaya yang merugikan.

Perusahaan perlu membuat asumsi mengenai sejumlah faktor dalam menentukan harga produk-produknya dan untuk pelaporan hasil bisnis jangka panjang.

Asumsi persistensi Perusahaan mencerminkan pengalaman masa lalu untuk setiap lini bisnis terkait, dan ekspektasi persistensi di masa depan.

Apabila diperlukan penyisihan dana terkait risiko asuransi juga dilakukan, baik diasumsikan atau diamati secara historis, antara persistensi dan hasil investasi, dan untuk risiko tambahan lainnya.

e. Risiko Operasional

Risiko operasional merupakan kerugian akibat kegagalan atau keadaan yang tidak memadai dari proses internal, personil dan sistem, atau dari peristiwa eksternal – termasuk risiko hukum dan kepatuhan tetapi tidak termasuk kerugian akibat risiko strategi dan reputasi.

Allianz telah mengembangkan kerangka kerja manajemen risiko operasional di seluruh Grup yang konsisten dan berfokus pada pendeteksian dini dan manajemen proaktif atas risiko operasional di seluruh bisnis dan fungsi pendukung. Kerangka kerja tersebut mengidentifikasi dan mengevaluasi risiko operasional terkait dan kelemahan-kelemahan kontrol yang ada melalui self-assessment yang terstruktur.

Di samping itu, peristiwa risiko operasional disimpan dalam *central loss database*. Analisa penyebab kerugian yang signifikan dilakukan untuk memberikan informasi yang komprehensif dan tepat waktu kepada manajemen senior sehingga mereka dapat menerapkan langkah-langkah untuk menghindari atau mengurangi kerugian di masa depan.

d. Insurance Risk

Insurance risk is the risk of loss for the Company business or of adverse change in the value of insurance liabilities, resulting from changes in the level, trend or volatility of a number of insurance risk drivers. This includes adverse mortality, morbidity, longevity, persistency and expense experience.

The Company needs to make assumptions about a number of factors in determining the pricing of its products and for reporting the results of its long-term business operations.

The Company's persistency assumptions reflect recent past experience for each relevant line of business, and any expectations of future persistency.

Where appropriate, allowance is also made for the relationship, which is either assumed or historically observed, between persistency and investment returns, and for the resulting additional risk.

e. Operational Risk

Operational risks represent losses resulting from inadequate or failed internal processes, from personnel and systems, or from external events – including legal and compliance risk but excluding losses from strategic and reputational risk.

Allianz has developed a Group-wide consistent operational risk management framework that focuses on the early recognition and proactive management of operational risks in all business and supporting functions. The framework identifies and evaluates relevant operational risks and control weaknesses via a structured self-assessment.

Furthermore, operational risk events are collected in a central loss database. An analysis of the causes of significant losses is carried out to provide comprehensive and timely information to senior management so they can implement measures aimed at avoiding or reducing future losses.

Manajemen Modal

Tujuan perusahaan dalam mengelola modal adalah untuk menjaga kemampuan perusahaan untuk terus beroperasi dan juga berusaha memaksimalkan keuntungan bagi pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya.

Sesuai peraturan yang berlaku, persyaratan minimum untuk solvabilitas adalah 120 persen yang merupakan persentase dari aset bersih terhadap jumlah modal minimum yang diperlukan. Modal minimum yang diperlukan ditentukan oleh pemerintah dan merupakan jumlah dana yang diperlukan untuk menutup estimasi kerugian yang mungkin timbul akibat risiko penyimpangan dalam mengelola aset dan kewajiban.

Pada tanggal 31 Desember 2014 dan 2013, rasio solvabilitas Allianz Life adalah masing-masing 455 persen dan 539 persen dan untuk Allianz Utama masing-masing 143 persen dan 179 persen, dan dengan demikian sesuai dengan rasio solvabilitas minimum.

Capital Management

The Company's objectives in managing capital are to safeguard the Company's ability to continue as a going concern whilst seeking to maximize benefits to shareholders and other stakeholders.

The minimum regulatory requirement for the solvency margin is 120 percent which is a percentage of net assets, as defined by the regulation, to the minimum required capital for regulatory solvency. Minimum required capital is the amount of fund required to cover the estimated loss that may occur due to the risk of deviation in managing assets and liabilities and is determined by the regulator.

As of 31 December 2014 and 2013, Allianz Life's solvency ratio were 455 percent and 539 percent respectively and Allianz Utama's 143 percent and 179 percent, and therefore was in compliance with the minimum solvency ratios requirement.

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Corporate Social Responsibility



Allianz Indonesia menyadari bahwa bisnisnya senantiasa bersinggungan dengan masyarakat dan lingkungan di sekitar tempatnya beroperasi. Oleh sebab itu, Allianz Indonesia berupaya untuk menyeimbangkan kepentingan bisnis dengan tanggung jawab sosial perusahaan, untuk mewujudkan lingkungan dan komunitas yang lebih baik melalui program *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Allianz Indonesia is aware that its business continually intersect with the society and the environment around its operating place. Therefore, Allianz Indonesia is trying to balance the interests of business with corporate social responsibility, to embody a better environment and communities through Corporate Social Responsibility (CSR) program.

Komitmen Sosial untuk Keberlanjutan Perusahaan

Allianz Indonesia sepenuhnya menyadari bahwa bisnis tidak dapat terlepas dari tanggung jawab sosial. CSR di Allianz Indonesia tidak hanya sekedar berbagi kepada masyarakat melalui donasi berupa sejumlah barang ataupun dana tetapi lebih menekankan pada keinklusifan, penghormatan, kepedulian dan dedikasi bagi para pemangku kepentingan, lingkungan sekitar

Social Commitment for Company Sustainability

Allianz Indonesia fully realized that business cannot be separated from social responsibility. CSR at Allianz Indonesia is beyond giving back to the society by donating items or a sum of money. It is about being inclusive, respectful, aware, and dedicated to our stakeholders, surrounding areas

dan masyarakat setempat dimana Allianz Indonesia beroperasi sehingga dapat menunjang kegiatan bisnis yang berkelanjutan.

Yayasan Allianz Peduli didirikan pada 2010 untuk memanfaatkan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki oleh perusahaan untuk memberikan manfaat kepada masyarakat dengan dukungan dan keterlibatan para pemangku kepentingan, yang berfokus pada empat pilar: pendidikan, kesehatan, lingkungan dan kemanusiaan.

Kontribusi Allianz Indonesia dalam Peningkatan Pengetahuan Keuangan Masyarakat

Keahlian Allianz Indonesia dalam bidang keuangan menjadi modal utama dalam membantu meningkatkan pengetahuan keuangan masyarakat di berbagai tempat dimana Allianz Indonesia hadir. Pendidikan keuangan diperuntukkan bagi segala umur dan kalangan, khususnya remaja serta golongan masyarakat yang berpendidikan dan berpenghasilan rendah. Allianz Indonesia meyakini bahwa pengetahuan keuangan adalah salah satu cara untuk mencapai kesejahteraan ekonomi dan kebahagiaan jangka panjang.

Karyawan Allianz Indonesia juga memberikan kontribusi langsung dengan menjadi sukarelawan untuk mengajar program pendidikan keuangan. Program ini tidak hanya diperuntukkan bagi orang dewasa tetapi juga remaja, mengingat bahwa pendidikan keuangan pada usia dini membentuk pola pengeluaran yang bertanggung jawab dan menanamkan kebiasaan menabung yang akan berlanjut seumur hidup.

Salah satu program penting dalam kampanye pendidikan keuangan Allianz Indonesia adalah My Finance Coach (MFC), sebuah inisiatif melalui kemitraan antara Allianz Group, Grey dan McKinsey & Company, yang memberikan inspirasi bagi anak-anak dan remaja mengenai topik-topik ekonomi dan meningkatkan kemampuan mereka dalam pengelolaan keuangan.

and local communities where Allianz Indonesia is operating, to support a sustainable business activity.

Yayasan Allianz Peduli was established in 2010 to capitalize Allianz Indonesia's skills and knowledge for the benefit of the community with strong support and involvement of its stakeholders, with focus on four pillars: education, health, environment, and humanitarian.

Allianz Indonesia's contributions in Improving Public Financial Literacy

Allianz Indonesia's financial expertise is the main competency in improving financial literacy in various places where Allianz Indonesia is present. This financial education is aimed at people of all ages and social classes, especially teenagers and low-educated people and low income earners. Allianz Indonesia believes that financial literacy is one of the few ways to achieve economic welfare and long-term happiness.

Allianz Indonesia's employees contributed by volunteering in delivering financial education program. The programs are not only provided for adults but also teenagers, given that financial education at early age will develop responsible spending and encourage saving habit that will last for a lifetime.

An important program in Allianz Indonesia's financial literacy campaign is My Finance Coach (MFC), an initiative through the partnership between Allianz Group, Grey and McKinsey & Company, which aims to inspire children and teenagers on economic topics and improve their skills in financial management.



Program MFC Melibatkan MFC Program Involving

1.700 siswa/i
students

17 sekolah & organisasi
schools & organizations

Sejak 2012, Allianz Indonesia berpartisipasi dalam kegiatan Global Money Week (GMW) untuk mendukung kampanye yang dipelopori Child & Youth Finance International. Salah satunya adalah kegiatan yang diadakan pada bulan Mei 2014, dimana 100 siswa/i hadir dihadirkan untuk belajar mengenai perencanaan keuangan. Khusus untuk kegiatan ini, Allianz Indonesia mengadaptasi modul MFC agar lebih interaktif, lengkap dengan replika mal dan toko, guna mengajarkan para siswa/i untuk selalu melakukan survei daftar harga dalam membuat perencanaan pendapatan dan belanja.

Sepanjang tahun 2014 program MFC melibatkan 1.700 pelajar dari 17 sekolah mitra dan organisasi. Kelas pelatihan yang diadakan tidak hanya ditujukan untuk siswa sekolah, tapi juga bagi remaja-remaja yang tergabung di komunitas seperti Sanggar Anak Akar (komunitas anak jalanan) yang dilakukan selama bulan Ramadhan. MFC juga menjadi bagian dari program pelatihan bagi peserta Allianz Junior Football Camp di Bali. Di saat yang bersamaan, MFC Indonesia juga mendapatkan kunjungan dari MFC Malaysia yang melakukan pelatihan di sejumlah SMU di Jakarta.

Allianz Indonesia juga aktif dalam Gerakan Nasional Literasi Keuangan yang dicanangkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Allianz Indonesia memberikan dukungan penuh dengan mengikuti serangkaian kegiatan antara lain memberikan pelatihan pengelolaan keuangan keluarga bagi ibu-ibu rumah tangga dan pelaku UMKM di kota Bandung dan Surabaya.

Selain itu, Allianz Indonesia juga bertindak sebagai penyelenggara EduExpo di Semarang serta berpartisipasi di acara Pasar Keuangan Rakyat di Kemayoran, Jakarta yang diprakarsai OJK.

Since 2012, Allianz Indonesia has participated in Global Money Week (GMW) activity to support the campaigns pioneered by Child and Youth Finance International. One of them was held in May 2014, where 100 students attended the event to learn financial planning. For this event, Allianz Indonesia adapted MFC module to make it more interactive, completed with mall and stores replicas, to train the students to always make a pricelist survey in planning their earning and spending.

Throughout 2014 MFC program involved 1,700 students from 17 partner schools and organizations. The classes held were not only for students, but also teenagers from communities such as a street children community, called Sanggar Anak Akar, where the class was held during the month of Ramadan. MFC also became a part of the training program for Allianz Junior Football Camp participants in Bali. At the same time, the MFC Indonesia also had a visit from MFC Malaysia that conducted training in a number of high schools in Jakarta.

Allianz Indonesia was also active in the Financial Literacy National Movement initiated by Financial Services Authority (OJK). Allianz Indonesia provided full support by partaking in a series of activities such as family financial management training for housewives and small medium enterprises entrepreneurs in Bandung and Surabaya.

Allianz Indonesia also organized the EduExpo in Semarang and participated in OJK's Pasar Keuangan Rakyat in Kemayoran, Jakarta.

Dalam program yang diselenggarakan pada bulan Desember 2014 tersebut, Allianz Indonesia melalui 'Saung Allianz' menyediakan konsultasi keuangan gratis bagi pengunjung dan juga menghadirkan komunitas binaan CSR Allianz Indonesia. Atas dukungan penuh serta komitmen kuat Allianz Indonesia dalam pendidikan literasi keuangan selama ini, OJK memberikan penghargaan kepada Allianz Indonesia sebagai perusahaan yang paling produktif menjalankan program literasi keuangan selama tahun 2014.

Mendorong Terciptanya Masyarakat Sehat

Sebagai perusahaan asuransi yang bergerak pada bidang asuransi kesehatan, Allianz Indonesia senantiasa memberikan perhatian terhadap kesadaran hidup sehat di masyarakat. Kehadiran Allianz Indonesia di dalam masyarakat melalui berbagai rangkaian kegiatan CSR di bidang kesehatan akan menciptakan sebuah interaksi dan hubungan yang baik antara perusahaan dan masyarakat. Sejumlah kegiatan terkait hal ini telah dilaksanakan dengan baik sepanjang tahun 2014.

Dalam rangka memperingati Hari Cuci Tangan Sedunia, Allianz Indonesia mendukung Program Kampanye Hidup Bersih yang secara khusus ditujukan kepada siswa sekolah dasar. Kebiasaan hidup bersih perlu ditanamkan sedini mungkin kepada anak, seperti membiasakan untuk mencuci tangan dengan benar sebelum makan dan sehabis dari kamar kecil, agar terhindar dari penyakit dan tidak menyebarkan kuman.

In the event held in December 2014, Allianz Indonesia through 'Saung Allianz' provided free financial consultation for visitors, also featured foster partners of CSR Allianz Indonesia. Upon the full support and commitment of Allianz Indonesia towards financial literacy education, OJK awarded a special recognition to Allianz Indonesia as the most productive company that run financial literacy program in 2014.

Promoting Healthy Community

As a health insurance company, Allianz Indonesia strives to promote healthy lifestyle. Allianz Indonesia's presence in the community through a series of CSR activities promoting healthy lifestyle will foster good interaction and relationship between the company and community. A number of activities in this regard have been well executed throughout 2014.

To commemorate the Global Handwashing Day, Allianz Indonesia supported Clean Living Campaign targeting elementary students. A hygienic habit should be instilled to children as early as possible, such as washing their hands properly before eating and after using the bathroom to avoid getting sick and spreading germs to others.



Peserta Kampanye Hidup Bersih
Clean Living Campaign Participant

650

siswa/i
students

Kampanye ini dilakukan di SD Negeri Menteng Atas 01, 02, 04 dan 019 Jakarta Selatan pada tanggal 15 Oktober 2014. Sekitar 650 siswa/i turut berpartisipasi dalam kegiatan ini yang difasilitasi oleh 15 volunteer dari Allianz Indonesia yang memberikan penyuluhan tentang bagaimana hidup bersih dimulai dari mencuci tangan serta tahapan mencuci tangan yang benar.

Allianz Indonesia juga menjadi sponsor utama dari program Pelatihan Kader Kesehatan BTPN - Grand Aides di bulan Juni 2014. Dukungan yang diberikan tidak hanya dalam bentuk pendanaan, tetapi juga tanggung jawab untuk memberikan pelatihan keterampilan bagi 60 kader kesehatan yang hadir dengan tema Pendidikan Keuangan, Pelayanan Prima, dan Motivasi Diri.

Allianz Peduli Lingkungan

Allianz Indonesia tidak hanya menekankan kepedulian terhadap lingkungan namun juga mengajak nasabah untuk ikut berpartisipasi aktif melalui Kampanye Hijau. Melalui kampanye ini, Allianz Indonesia menghimbau nasabah untuk beralih menggunakan laporan transaksi dari manual ke elektronik. Setiap bulan Allianz Indonesia menyebarkan 300.000 lembar laporan transaksi atau 3,6 juta lembar per tahun. Hingga 2014, sekitar 13,25 persen nasabah telah beralih menggunakan laporan transaksi elektronik. Untuk itu, Allianz Indonesia bekerja sama dengan Green Initiative Foundation dan Perum Perhutani, mengadakan penanaman 2,000 pohon di kawasan ECO-EDU Tourism Forest, Sentul, Bogor. Allianz Indonesia percaya bahwa satu tindakan kecil dapat memberikan dampak besar terhadap lingkungan hidup.



Melakukan Penanaman Planting

2.000 pohon trees

This campaign was conducted at SD Menteng Atas 01, 02, 04, and 019 of South Jakarta on 15 October 2014. Approximately 650 students participated in the event which was facilitated by 15 volunteers from Allianz Indonesia, providing advise on how clean living is started from a proper hand washing and its steps.

Allianz Indonesia was also sponsoring the Health Cadre Training program of BTPN-Grand Aides on June 2014. It did not only donate a sum of money but also trained 60 health volunteers who presented at the training on Financial Literacy, Excellent Service, and Self Motivation.

Allianz Care for Environment

Allianz Indonesia did not only care about the environment, but also encouraged its customer to actively participate through Green Campaign. Through this campaign, Allianz Indonesia encouraged customers to switch from manual billing statement to e-statement. Every month, Allianz Indonesia issued 300,000 pages of billing statement or 3.6 million pages per year. Up to 2014, there were 13.25 percent customers switching to use e-statement. Thus, Allianz Indonesia was collaborating with Green Initiative Foundation and Perum Perhutani organized 2,000 trees planting at ECO-EDU Tourism Forest, Sentul, Bogor. Allianz Indonesia believed that a small action could lead to big impact to environment.



Nasabah yang Beralih ke Transaksi Elektronik Customers Switching to Use E-Statement

13,25% nasabah customers



Allianz Indonesia telah menyumbangkan
Allianz Indonesia has donated

1.804 kantong darah
bags of blood

Kemanusiaan

Dalam bidang Kemanusiaan, Allianz Indonesia secara rutin bekerja sama dengan PMI untuk mengadakan donor darah yang diselenggarakan empat kali dalam setahun. Kegiatan dilakukan di berbagai kota di Indonesia dimana cabang Allianz Indonesia hadir, yaitu Jakarta, Bandung, Surabaya, Medan, dan Makassar. Kegiatan ini terbuka untuk seluruh karyawan Allianz Indonesia maupun masyarakat umum yang ingin berpartisipasi. Selama tahun 2014, Allianz Indonesia telah menyumbangkan 1.804 kantong darah.

Allianz Indonesia juga aktif dalam hal penanggulangan bencana di Indonesia. Melalui kerja sama dengan Swara Nusa dan Yayasan Kesejahteraan Anak Indonesia (YKAI), Allianz Indonesia menyelenggarakan serangkaian program pengurangan risiko bencana. Aktivitas utama dari program tersebut adalah perpustakaan keliling di Yogyakarta dan pelatihan penanggulangan bencana bagi guru dan anak sekolah. Dengan membekali pengetahuan mengenai pengurangan risiko bencana diharapkan peserta akan mempunyai kemampuan untuk menyelamatkan diri dan menolong sesama saat terjadi bencana. Allianz Indonesia juga mengadakan serangkaian pembekalan untuk karyawan dengan tujuan untuk memberikan konsep dan pengetahuan dasar penanggulangan bencana. Selain itu, dalam bidang penanggulangan bencana dalam skala kecil, Allianz Indonesia mengerahkan bantuan bagi karyawan yang terkena dampak banjir yang melanda Jakarta beberapa waktu lalu melalui program rescue dan membantu membersihkan rumah karyawan.

Humanity

For humanitarian activity, Allianz Indonesia was regularly conducted blood drive on a quarterly basis in cooperation with the Indonesia Red Cross. This activity was carried out in various cities in Indonesia where the branches of Allianz Indonesia operate, namely Jakarta, Bandung, Surabaya, Medan, and Makassar. The event was open to all employees of Allianz Indonesia and public who wish to participate. During 2014, Allianz Indonesia has donated 1,804 bags of blood.

Allianz Indonesia was also active in disaster management in Indonesia. Teaming-up with Swara Nusa and Indonesian Child Welfare Foundation (YKAI), Allianz Indonesia held a series of disaster risk reduction programs. The main activity of the program was providing mobile library in Yogyakarta and disaster management training for teachers and students. By supplying knowledge on disaster risk reduction the participants are expected to have the ability to save themselves and help others under the strike of disaster. Allianz Indonesia also held a series of briefing for employees with the aim to provide them with the basic concept and knowledge of disaster management. Moreover, on a smaller scale of disaster management, Allianz Indonesia mobilized assistance for employees who were stricken by floods that hit Jakarta a while ago through a rescue program, and helped clean the employee's house.

Daftar Alamat

Address List

108 Kantor Cabang dan Jaringan Pemasaran Allianz Indonesia
Inter-branch and Marketing Network Allianz Indonesia

04



Jurnal Allianz

Microsite Jurnal Allianz adalah inovasi terbaru dari Allianz Indonesia untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat umum mengenai asuransi secara mudah dan praktis. Jurnal Allianz dapat diakses melalui <http://jurnal.allianz.co.id>.

Jurnal Allianz microsite is Allianz Indonesia's latest innovation to provide a better understanding on insurance to the general public in an easy and practical way. Jurnal Allianz can be accessed via <http://jurnal.allianz.co.id>.

Kantor Cabang dan Jaringan Pemasaran Allianz Indonesia

Inter-branch and Marketing Network Allianz Indonesia

Head Office

Allianz Tower

Jl. HR. Rasuna Said
Kawasan Kuningan Persada Super Blok 2
Jakarta 12980
Corporate No. : +6221-2926 8888
Customer Care Center : +6221-2926 9999
Fax : +6221-2926 8080 (Allianz Life Indonesia)
+6221-2926 9090 (Allianz Utama Indonesia)
Email : contactus@allianz.co.id (Allianz Life Indonesia)
feedback@allianz.co.id (Allianz Utama Indonesia)

PT Asuransi Allianz Life Indonesia

Allianz Center

Jakarta

Allianz Tower, Ground Floor
Jl. HR. Rasuna Said
Kawasan Kuningan Persada
Super Blok 2
Jakarta

Bandung

Wisma CIMB Niaga Lt. 7
Jl. Gatot Subroto No. 2
Simpang Lima
Bandung 40262
Telp. 022 7331888
Fax. 022 7331889

Denpasar

JEFF Building
Jl Raya Puputan No. 488
Denpasar 80226
Telp. 0361 239 788
Fax. 0361 226223,32

Medan

Sinarmas Land Plaza, Lt. 8
Jl. Diponegoro No. 18
Medan 20152
Telp. 061 4510062, 15
Fax. 061 4510063

Surabaya

Gedung Graha Pacific Lt. 1
Jl. Basuki Rahmad 87 - 91
Surabaya
Telp. 031 5357997
Fax. 031 5474848

Customer Service Point

Balikpapan

Gedung Grand Sudirman
Lt. 12
Jl. Jenderal Sudirman No. 07
Balikpapan 76113
Telp. 0542 7219798 (CS)
0542 8066029 (Agency)
Fax. 0542 7219798 (CS)

Batam

Ruko Palembang Regency Blok A1
No. 3-4
Batam Center
Batam 29432
Telp. 0778 5138331 (CS)
0778 472566 (Agency)
Fax. 0778 4725667 (Agency)

Bogor

Gedung Ditta Lt. 2
Jl. Raya Pajajaran No. 29
Bogor 16143
Telp. 0251 8345365, 66
Fax. 0251 8345364

Gianyar

Jl. By Pass Dharmagiri No. 88
Gianyar, Bali
Telp. 0361 2162201 (CS)
0361 8958319 (Agency)
Fax. 0361 8958216 (CS)
0361 8958219 (Agency)

Jambi

Jl. Halim Perdana Kusuma
No. 110A
Jambi 36134
Telp. 0741 7553559
Fax. 0741 7553509
(ditutup per 31 Januari 2015)

Jayapura

Kompleks Ruko Pasifik Permai
Blok H-9 Dok II
Jayapura 99112
Telp. 0967 523888 (CS &
Agency)
Fax. 0967 524360

Jember

Jl. KH. Ahmad Sidiq No. 83-85
Jember
Telp. 0331 481940
Fax. 0331 5460036

Kupang

Jl. Veteran No. 15
Kupang
Telp. 0380 828892 (CS)
0380 828891 (Agency)
Fax. 0380 828342 (CS)

Lampung

Graha Allianz
Jl. Pattimura No. 49 B-C
Bandar Lampung 35119
Telp. 0721 480048 (CS)
0721 480049 (Agency)
Fax. 0721 488949 (CS)

Malang

Jl. S. Priyo Sudarmo No. 60
Malang 65122
Telp. 0341 470236 (CS)
0341 476108 (Agency)
Fax. 0341 487046 (CS)

Makassar

Jl. Sungai Saddang Lama No.
23 B (Depan RS Elim)
Makassar
Telp. 0411 3639386 (CS)
0411 3612462 (Agency)
Fax. 0411 3639387 (CS)

Mataram

Jl. Selaparang No. 67 BC
Cakranegara
Mataram 83235
Telp. 0370 624137 (CS)
0370 627095 (Agency)
Fax. 0370 625233 (CS)

Padang

Jl. Batang Anai No. 2A
Kompleks GOR H. Agus Salim
Padang 25112
Telp. 0751 4488752
Fax. 0751 7054029

Palembang

Jl. Kapten A. Rivai No. 47/25
Palembang
Telp. 0711 366647

Pekanbaru

Jl. Riau Komplek RBC Blok C
No. 15
Air Hitam, Payung Sekaki
Pekanbaru 28143
Telp. 0761 39221 (CS)
0761 860792 (Agency)
Fax. 0761 860793 (Agency)

Pontianak

Kompleks Ruko A. Yani Mega
Mall Blok G No. 18
Jl. A. Yani 1
Pontianak 78121
Telp. 0561 767087 (CS)
0561 761167 (Agency)
Fax. 0561 737467 (Agency)

Samarinda

Jl. A. Yani No. 2A
(samping Istana Foto)
Samarinda, Kalimantan Timur
Telp. 0541 733956
Fax. 0541 743129

Semarang

Mal Ciputra Ruko 12A
Semarang 50134
Telp. 024 8450294 (CS)
024 8415639 (Agency)
Fax. 024 8415637 (CS)

Singaraja

Jl. Jenderal Sudirman No. 43
Banyuasri (sebelah barat
patung Bima)
Singaraja, Bali
Telp. 0362 24667 (CS &
Agency)
Fax. 0362 24667

Solo

Jl. Honggowongso No. 99 B
Solo 57141
Telp. 0271 724949

Yogyakarta

Jl. C. Simanjuntak No. 02
Kompleks Ruko Yap Square
Blok B20
Yogyakarta
Telp. 0274 541977
Fax. 0274 541977

Independent Sales Office

Jakarta

Pondok Indah Office
 Tower 2, Lt. 1, Suite 103
 Jl. Sultan Iskandar Muda
 Kav. V-TA, Pondok Indah
 Jakarta 12310
 Telp. 021 75922990
 Fax. 021 75922991

Allianz Tower
 Jl. HR Rasuna Said
 Kawasan Kuningan Persada
 Super Blok 2
 Jakarta
 Telp. 021 29079651
 Fax. 021 29079650

Allianz Tower Lt. 18 A, B
 Fax. 021 29079717

Allianz Tower Lt. 18 C
 Telp. 021 29079800
 Fax. 021 29079801

Allianz Tower Lt. 18 D
 Telp. 021 29079651
 Fax. 021 29079650

Allianz Tower Lt. 19 A
 Telp. 021 29079711
 Fax. 021 29079711

Allianz Tower Lt. 19C
 Telp. 0828 17091538
 Fax. 021 29079616

Allianz Tower Lt. 20 A
 Telp. 021 29079737
 Fax. 021 29079617

Allianz Tower Lt. 20 B
 Telp. 0828 1709 0449
 Fax. 021 29079618

Allianz Tower Lt. 20 C
 Telp. 021 56189886,
 021 56189887
 Fax. 021 29079620

Allianz Tower Lt. 20 D
 Telp. 0828 17090431
 Fax. 021 29079619

Allianz Tower Lt. 21 A
 Telp. 0828 17090246
 Fax. 021 29079625

Allianz Tower Lt. 21 C
 Telp. 021 29069988
 Fax. 021 29079623

Allianz Tower Lt. 23 A
 Telp. 021 29079727
 Fax. 021 29079639

Allianz Tower Lt. 23 C
 Telp. 021 29079727
 Fax. 021 29079639

Allianz Tower Lt. 23 D
 Telp. 021 29079726
 Fax. 021 29079728

Graha Mustika Ratu Lt. 5
 Jl. Gatot Subroto Kav 74 - 75
 Jakarta
 Telp. 021 8306530
 Fax. 021 8306540

Apt. Tower Podomoro City
 Agung Podomoro Land
 Tower Low Zone OT/II/T1
 Jl. Letjen S. Parman Kav. 28
 Jakarta
 Telp. 021 29339473

Menara Kuningan Lt. 11 C-D
 Jl. HR. Sasuna Said Kav. 5
 Jakarta 12940
 Telp. 021 30040101
 Fax. 021 30040102

Ruko Puri Britania
 Puri Indah
 Kembangan Selatan 11610
 Telp. 021 58304778
 Fax. 021 58304780

Ambon

Jl. Anthony Rhebook No. 17
 Ambon
 Telp. 0911 354010
 Fax. 0911 354020

Bandung

Ruko Paskal Hypersquare
 Blok A 38
 Jl. Pasir Kaliki
 Bandung 40192
 Telp. 022 86060621
 Fax. 022 86061008

Surapati Core Blok M 29
 Jl. PHH Mustofa No. 39 (Suci)
 Bandung 40192
 Telp. 022 72597272

Jl. Lombok No. 10
 Bandung 40113
 Telp. 022 4211204
 Fax. 022 4211204

Jl. Rajawali Timur No. 251 C
 Bandung 40183

Jl. Merdeka No. 49
 Seruni Business Area, Lt. 2
 Bandung
 Telp. 022 71140738

Bangka

Komp. Ruko Bangka Trade
 Center
 Jl. Letkol Rusli Romli Blok A
 No. 13
 Pangkalpinang Bangka 33117
 Telp. 0717 432499

Banjarmasin

Jl. A. Yani KM 2 No. 5 RT 17
 Kel. Sungai Baru
 Banjarmasin
 Telp. 0511 3251999
 Fax. 0511 3250799

Jl. Pangeran Samudra No. 16
 Banjarmasin 70111
 Telp. 0511 3358278
 Fax. 0511 4363244

Banyuwangi

Ruko Griya Permata Indah
 Jl. Kepiting No. 10 RT 02
 RW 02
 Kel. Sobo Banyuwangi 68416
 Telp. 0333 416811
 Fax. 0333 410292

Batam

Komp. Mahkota Raya
 Blok B No. 8
 Batam Center
 Batam 29432
 Telp. 0778 7483388
 Fax. 0778 7483287

Kompleks Pertokoan Dermaga
 Kuliner
 Blok RF No. 3
 Sukajadi, Batam
 Telp. 0778 7418178

Bekasi

Central Niaga Kalimalang
 Blok B2 No. 6 Lt. 3
 Jl. A. Yani
 Bekasi 17144
 Telp. 021 70704334
 Fax. 021 88964085

Ruko Kalimas
 Jl. Chairil Anwar B17
 Bekasi Timur
 Telp. 021 8814920
 Fax. 021 8814903

Berau

Jl. Teuku Umar RT 09
 Kel. Karang Ambun
 Tanjung Redeb
 Berau 77311
 Telp. 0554 2701312

Bogor

Jl. Raya Pajajaran No. 96F
 RT 02/03 Kel. Bantarjati
 Kec. Bogor Utara 16153
 Telp. 0251 8344842, 43
 Fax. 0251 8356572

Bontang

Hotel Bintang Sintuk
 Komp. Kawasan Lap. Golf
 PT PKT
 Bontang Utara
 Bontang
 Telp. 0548 20317
 Fax. 0548 20317

Cirebon

Gedung TSB Lt. II Blok B1
 Jl. Tuparev No. 83
 Cirebon
 Telp. 0231 222059
 Fax. 0231 222059

Denpasar

Jl. Tantular Barat No. 11X
 Renon, Denpasar
 Bali 80234
 Telp. 0361 234981
 Fax. 0361 234671

Imam Bonjol Square AA23
 Jl. Imam Bonjol 555
 Pertokoan
 Denpasar, Bali 80117
 Telp. 0361 8617710, 8747311,
 486825
 Fax. 0361 7809215

Pertokoan IDT
 Genteng Biru Blok A No.13
 Jl. Diponegoro No. 15
 Denpasar, Bali
 Telp. 0361 239301
 Fax. 0361 255933

Jl. Raya Tuban No. 101 X
 Kuta, Denpasar
 Bali 80361
 Telp. 0361 756577
 Fax. 0361 756555

Pertokoan Kuta Galleria
 Blok PM 1 No. 23A
 Jl. Patih Jelatik
 Kuta, Bali 80361
 Telp. 0361 769368
 Fax. 0361 769368

Pertokoan Diponegoro Megah
 Jl. Diponegoro No. 100
 Blok B 21 (samping Bank
 Artha Graha) Denpasar
 Telp. 0361 238777, 238781,
 239964
 Fax. 0361 238777

Gorontalo

Oasis Hotel Ruang 1
Jl. H. Agus Salim No. 29
Gorontalo
Telp. 0435 823157
Fax. 0435 831235

Karawang

Ruko Arcadia Blok D No. 10
Jl. Galuh Mas Raya
Karawang

Lampung

Jl. Diponegoro No.160 D-E
Tanjung Karang Pusat
Bandar Lampung
Telp. 0721 258283
Fax. 0721 259033

Malang

Jl. Jaksa Agung Suprpto
No. 64
Kav. 3 RT 1 RW 4
Kel. Rampal, Kec. Klojen
Malang 65111
Telp. 0341 351997
Fax. 0341 351998

Manado

Jl. Pierre Tendean Boulevard
Komp. Ruko Mega Bright
Blok 1E No. 10
Manado, Sulawesi Utara
Telp. 0431 8881299

Manokwari

Jl. Yos Sudarso No. 99
Manokwari 98311
Telp. 0986 213504
Fax. 0986 213994

Medan

Jl. Bilal No. 12A
Kel. Pulo Brayon Barat I
Kec. Medan Timur
Medan 20239
Telp. 061 6642987
Fax. 061 6643115

Gedung Universitas Sutomo
Lt. 2

Jl. Sutomo Ujung No 28
Medan
Medan 20235
Telp. 061 6635335
Fax. 061 6635331

Taman Setia Budi Indah 1
Jl. Cactus Raya Setia Budi
Square No. 9
Tanjung Sari, Medan Selayang
Medan
Telp. 061 8225600

Jl. Orion No. 59
Petisah Tengah
Medan Petisah, Medan
Telp. 061 4575125
Fax. 061 4538485

Merauke

Jl. Garuda Spadem No. 10
Telp. 0971 322088
Fax. 0971 322088

Padang

Jl. Khatib Sulaiman No. 9
Kav. 3
Gedung Rangkang
Padang
Telp. 0751 4488780
Fax. 0751 4488779

Palangkaraya

Jl. Dahlia Gerbang PCPR I
Blok I D
(sebelah Gedung Wanita)
Palangkaraya
Telp. 0536 3225945

Pangkalanbun

Jl. Pangeran Antasari No. 1A
RT 2 Kel Mendawai
Kotawaringin Barat
(depan Hotel Tiara)
Pangkalanbun 74115
Telp. 0532 25076
Fax. 0532 25076

Pematangsiantar

Jl. Sriwijaya No. 22
Pematangsiantar
Sumatera Utara
Telp. 062 221390

Probolinggo

Ruko Baru
Jl. Brigjen Katamsno No. 2
Kec. Mayangan
Probolinggo 67217
Telp. 0335 425637
Fax. 0335 425638

Purwakarta

Jl. Mr. Dr. Kusumaatmaja No. 5
Purwakarta
Telp. 0264 201257
Fax. 0264 201257

Salatiga

Jl. Pemuda No. 13
Salatiga
Telp. 0298 329460
Fax. 0298 326180

Samarinda

Ruko Pondok Alam Indah
No. 10
Jl. AW Syahrani RT 24
Samarinda
Telp. 0541 765800
Fax. 0541 743129

Jl. AM Sangaji No. 38C
Kel. Temindung, Samarinda
Telp. 0543 747747

Jl. Poros KM 1
(depan Stadion Aji Imbut)
Kec. Tenggarong Seberang
Tenggarong, Samarinda
75515
Telp. 0541 662481
Fax. 0541 662481

Jl. Kartini No. 44
Tanah Grogot Paser
Samarinda 76211
Telp. 0543 23998
Fax. 0543 23998

Jl. Yos Sudarso II
Thomas Square Blok C No. 3
Kutai Timur
Sangatta 75611
Telp. 0813 5005 9840

Sampit

Jl. DI Panjaitan No. 66
MB Hulu MB Ketapang
Kotawaringin Timur 74323

Sidoarjo

Ruko Gading Fajar 2 Blok B6/9
RT 40 RW 10
Sidoarjo 61271
Telp. 031 8941975
Fax. 031 8941975

Solo

Jl. Slamet Riyadi No. 341
Solo 57141
Telp. 0271 725336
Fax. 0271 724577

Sumedang

Jl. Kutamaya Center Ruko D
Kec. Sumedang Selatan 45312
Telp. 0261 202218
Fax. 0261 202218

Surabaya

Gedung Graha Pacific Lt. 3
Jl. Basuki Rahmad 87-91
Surabaya 60971
Telp. 031 5472277
Fax. 031 5474848

Tabanan

Jl. Majapahit (PERUM)
Graha Permata Sejahtera
Blok D
Tabanan, Bali
Telp. 0361 814381
Fax. 0362 24667

Tangerang

Jl. Raya Serpong No. 88
Priang, Pondok Jagung
Serpong, Tangerang 15326
Telp. 021 5371069, 53150514
Fax. 021 531568 888

Ruko Business Park
Tangerang City
Blok B 23
Jl. Jend Sudirman No 1
Tangerang 15117
Telp. 021 29239718
Fax. 021 29239719

Tanjung Pinang

Jl. Ir. Juanda No. 10-11
(Jl. Pancur)
Tanjung Pinang
Telp. 0771 313899
Fax. 0771 312277

Tarakan

Kompleks THM Blok E No. 2
Kel. Karangbalik,
Kec. Tarakan Barat
Tarakan 77134
Telp. 0551 51898
Fax. 0551 51898

Yogyakarta

Jl. Kenari No. 53
Miliran, Mujamuju
Yogyakarta
Telp. 0274 520645
Fax. 0274 520645

Jl. Jend. Sudirman 59 Lt. 3
Yogyakarta
Telp. 0274 9695225

Ruko Rafflesia Babarsari II
Kav. M
Babarsari, Sleman, Yogyakarta

Allianz Center & Branch Office

Jakarta

Allianz Tower
Jl. HR Rasuna Said
Kawasan Kuningan Persada
Super Blok 2
Telp. 021 29268888
Fax. 021 29269090

Bandung

Wisma CIMB Niaga Lt. 7
Jl. Gatot Subroto No. 2
Bandung 40262
Telp. 022 7308889
Fax. 022 7300799

Denpasar

JEFF Building
Jl. Raya Puputan No. 488
Denpasar 80226
Telp. 0361 239788
Fax. 0361 226223,32

Makassar

Jl. Sungai Saddang Lama
No. 23B
(Depan RS Elim)
Makassar
Telp. 0411 434222, 4504509
Fax. 0411 431888

Medan

Sinarmas Land Plaza, Lt. 8
Jl. Diponegoro No. 18
Medan 20152
Telp. 061 4510062
Fax. 061 4510063

Semarang

Rukan Pemuda Mas Blok A
Kav. A-5
Jl. Pemuda No. 150
Semarang 50132
Telp. 024 3556201
Fax. 024 3561741

Surabaya

Graha Pacific Lt. 1-2
Jl. Basuki Rachmat 87-91
Surabaya
Telp. 031 5357997
Fax. 031 54600361

Marketing Office

Jakarta

Graha Kencana Lt. 7
Jl. Raya Perjuangan No. 88
Kebon Jeruk, Jakarta Barat
Telp. 021 5367 0870
Fax. 021 5367 0871

Jl. Boulevard Timur
Ruko Gading Park View Blok
ZC 1 No. 30
Kelapa Gading, Jakarta Utara
Telp. 021 29378960
Fax. 021 29378961

Ruko De Mansion Blok A No. 1
Alam Sutera,
Bumi Serpong Damai
Tangerang
Telp. 021 30439701, 03
Fax. 021 30439702

Balikpapan

Kompleks Mall Fantasi
Balikpapan Baru
Blok AA-2A/7
Balikpapan Selatan
Telp. 0542 876867
Fax. 0542 876869

Bekasi

Ruko Kalimas
Jl. Chairil Anwar B17
Bekasi Timur
Telp. 021 8814920
Fax. 021 8814903

Bogor

Ruko Hansen
Jl. Sudirman No. 15B
Bogor
Telp. 0251 8330555
Fax. 0251 8330555

Cirebon

Ruko Pemuda Estate Blok B
No. 3
Jl. Pemuda, Cirebon
Telp. 0231 210661, 211064
Fax. 0231 204791

Jayapura

Komp. Ruko Pasifik Permai
Blok H-9 Dok II Jayapura
Papua 99112
Telp. 0967 523888
Fax. 0967 524360

Jember

Jl. KH Ahmad Sidiq No. 83-85
Jember
Telp. 0331 482214
Fax. 0331 429660

Karawang

Kompleks Pertokoan Galuh
Mas No. A6
Karawang Barat 41361
Telp. 0267 419079
Fax. 0267 416079

Malang

Jl. Letjend Sutoyo No. 37A
Malang
Telp. 0341 474730
Fax. 0341 4851662

Manado

Jl. Pierre Tendean Boulevard
Komp. Ruko Mega Bright
Blok 1E No. 10
Manado, Sulawesi Utara
Telp. 0431 8881158, 1300
Fax. 0431 8881197

Padang

Jl. Batang Anai No. 4A
Padang
Telp. 0751 4488750

Palembang

Jl. Kapten A. Rifai No. 47
Ilir Barat I
Palembang
Telp. 0711 360037, 375469
Fax. 0711 375585

Pekanbaru

Komplek Taman Malibu
Blok D No. 2
Jl. Soekarno Hatta
Pekanbaru, Riau

Purwokerto

Kompleks Ruko Purwokerto
Utara
City Walk No. B-11
Jl. HR Bunyamin
Purwokerto Utara, Banyumas
Telp. 0281 628876
Fax. 0281 635734

Solo

Jl. Honggowongso No. 99B
RT 05 RW 02
Kel. Sriwedari, Kec. Laweyan
Surakarta, Solo
Telp. 0271 718069
Fax. 0271 742593

Tasikmalaya

Ruko Tasik Indah Plaza N 37
Jl. Raya HZ Mustofa No. 345
Tasikmalaya
Telp. 0265 344837
Fax. 0265 344837

Tegal

Jl. Gajah Mada No. 43A
Tegal
Telp. 0283 320099
Fax. 0283 320198

Yogyakarta

Ruko YAP Square
Blok B No. 20
Terban, Yogyakarta
Telp. 0274 542007, 008
Fax. 0274 541976

Laporan Tahunan 2014

2014 Annual Report



Head Office

Jl. HR. Rasuna Said

Kawasan Kuningan Persada Super Blok 2

Jakarta 12980

Phone : +6221-2926 8888

Customer Care Center : +6221 2926 9999

Fax : +6221 2926 8080

Email : contactus@allianz.co.id