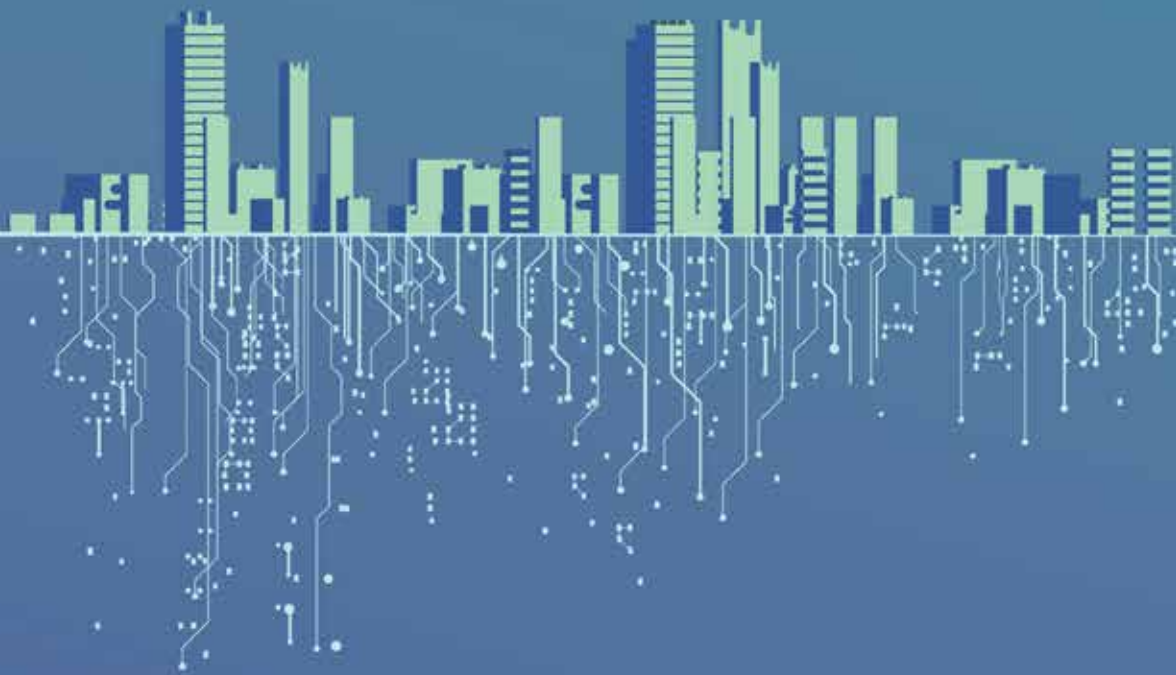


Actualizing Resilience in The Digital Era



20
20
annual
report

Tema
Utama

Central
Theme

2



2020 Actualizing Resilience in The Digital Era

Di tahun 2020, Allianz telah menunjukkan ketangguhannya dengan mempertahankan kinerja yang optimal di tengah pandemi. Hal ini dimungkinkan oleh transformasi dan inovasi digital Allianz yang telah dilakukan selama bertahun-tahun. *Engagement tools* digital telah terbukti sangat penting untuk memberikan layanan kepada para Nasabah kami selama masa yang penuh tantangan ini. Tahun 2020 merupakan tahun di mana Allianz sebagai penyedia asuransi benar-benar diuji. Meskipun demikian, kami berhasil memberikan perlindungan bagi Nasabah terpercaya kami dan memberi mereka ketenangan yang diperlukan untuk mengarungi masa-masa sulit. Allianz akan terus memperkuat posisinya dan berkomitmen pada misinya untuk mengasuransikan lebih banyak orang di era digital ini.

In 2020, Allianz has shown its resilience by maintaining optimal performance despite the pandemic. This was made possible by Allianz' digital transformation and innovation that has been conducted over the years. The digital engagement tools have proven to be very crucial for delivering services to our Customers during these challenging times. 2020 was a year where Allianz as an insurer really has been tested. We managed to provide protection for our trusted Customers and give them the assurance needed to navigate these challenging times. Allianz will continue to strengthen its position and commit to its mission of insuring more people in this digital era.

Daftar Isi

Table of Contents

- 06 Pesan Dewan Komisaris
Message from Board of Commissioners
- 10 Pesan Dewan Direksi
Message from Board of Directors

16

Profil Perusahaan

Corporate Profile

- 18 Jejak Langkah
Milestones
- 22 Dunia Allianz
The World of Allianz
 - Grup Allianz
Allianz Group
 - Allianz Asia Pasifik
Allianz Asia Pacific
- 26 Allianz Life Indonesia
Allianz Life Indonesia
- 30 Peristiwa Penting
Significant Events
- 38 Penghargaan
Awards
- 46 Kampanye Pemasaran & Branding
Branding & Marketing Campaigns
- 52 Tujuan & Strategi
Purpose & Strategy
- 54 Profil Dewan Komisaris
Board of Commissioners Profile
- 58 Profil Direksi
Board of Directors Profile
- 60 Struktur Organisasi
Organization Structure
- 61 Manajemen Allianz Life Indonesia
Allianz Life Indonesia Management
- 62 Pemegang Saham
Shareholders
- 64 Kantor Pusat, Kantor Cabang,
Jaringan Pemasaran
Head Office, Branch Offices,
Marketing Network
- 70 Pelayanan Nasabah
Services to Customers
- 73 Pelayanan Tenaga Pemasaran
Services to Agents

74

Sumber Daya Manusia

Human Resources

90

Produk

Products

104

Analisis & Pembahasan Manajemen

Management Discussion & Analysis

- 106 Ikhtisar Keuangan
Financial Highlights
- 108 Tinjauan Keuangan
Financial Review
- 110 Tinjauan Bisnis
Business Review
- 122 Tinjauan Operasional
Operational Review

126

Tata Kelola Perusahaan

Corporate Governance

154

Laporan Keberlanjutan

Sustainability Report

- 158 Sekilas**
Overview
 - 160 Ikhtisar Kinerja
Performance Highlights
 - I. Kinerja Ekonomi
Economic Performance
 - II. Kinerja Lingkungan
Environmental Performance
 - III. Kinerja Sosial
Social Environmental
 - 161 Bisnis Model
Our Business Model
 - 162 Kerangka Laporan Berkesinambungan
Our Sustainability Framework
 - 164 Topik Material
Material Topics
 - 166 Penentuan Isi & Batasan Laporan
Report Content & Boundary
 - 174 Keterlibatan Pemangku Kepentingan
Stakeholder Engagement
- 176 Melindungi Masa Depan Anda**
Securing Your Future
- 180 Menjadi Perusahaan yang Terpercaya**
Becoming a Trusted Company
 - 180 I. Kinerja Finansial
Financial Performance
 - 182 II. Manajemen Bakat
Talent Management
 - 183 III. Kepatuhan
Compliance
- 184 Melakukan Bisnis dengan Tanggung Jawab**
Doing Our Business Responsibly
 - 185 I. Efisiensi Energi
Energy Efficiency
 - 186 II. Perjalanan Korporat
Corporate Travel
 - 187 III. Efisiensi Penggunaan Kertas
Paper Use Efficiency
 - 188 IV. Efisiensi Air
Water Efficiency
 - 189 V. Manajemen Limbah
Waste Management
 - 190 VI. Bank Sampah
Waste Bank
- 192 Menciptakan Masyarakat yang Lebih Baik**
Creating Better Communities

- INDEX
- 198 SDG
 - 200 GRI
 - 204 POJK 51
 - 208 Lembar Umpan Balik
Feedback Form

Pesan Dewan Komisaris

Message from
Board of
Commissioners



Para Pemangku Kepentingan Yang Terhormat,

Dear Esteemed Stakeholders,

Dengan bangga, kami mempersembahkan Laporan Tahunan PT Asuransi Allianz Life Indonesia tahun 2020 kepada seluruh pemegang saham dan pemangku kepentingan. Dalam Laporan Tahunan ini, kami, Dewan Komisaris akan melaporkan pelaksanaan tugas dan kinerja kami sepanjang 2020.

Ekonomi Makro

Pada 2020, perekonomian global menerima pukulan yang berat dikarenakan timbulnya pandemi COVID-19. Seluruh negara di dunia terus berupaya melawan pandemi dan berjuang untuk mempertahankan kinerja perekonomiannya, namun banyak negara mengalami resesi antara lain Amerika Serikat yang mengalami kontraksi tingkat pertumbuhan sebesar 32,9%, Jerman sebesar 10,1%, Inggris sebesar 20,4% dan Italia sebesar 17,3%, jika dibandingkan dengan periode yang sama pada 2019.

Selain itu, sejumlah negara kawasan Asia juga mengalami hal yang serupa, di mana Jepang mengalami kontraksi hingga 2,4%, Korea Selatan sebesar 3,3%, dan Singapura sebesar 12,6%. Dana Moneter Internasional (IMF) menyebutkan pertumbuhan ekonomi secara global diproyeksikan mencapai -4,4% pada 2020.

Dalam skala nasional, Badan Pusat Statistik (BPS) menyatakan bahwa tingkat pertumbuhan Indonesia mengalami kontraksi hingga -2,07%, menurun dari tahun 2019 yang berhasil tumbuh sebesar 5,02%. Produk Domestik Bruto (PDB) atas dasar harga berlaku mencapai Rp15.434,2 triliun dan PDB per kapita mencapai Rp56,9 juta atau US\$3.911,7. Tahun 2020, pendapatan premi industri asuransi jiwa menurun sebesar -8,6%, sementara asuransi umum mengalami penurunan sebesar -3,6% dibandingkan dengan tahun sebelumnya.

Walaupun terjadi penurunan kinerja secara keseluruhan, kami melihat bahwa industri asuransi Indonesia memiliki masa depan yang prospektif, terutama didukung oleh populasi yang besar, dinamis, dan terus meningkat.

We are proud to present the PT Asuransi Allianz Life Indonesia Annual Report 2020 to all the shareholders and stakeholders. In this Annual Report, the Board of Commissioners will outline the performance and implementation of our efforts throughout 2020.

Macro Economy

In 2020, the global economy was shaken by the COVID-19 pandemic. While countries continued to fight the virus and endeavored to maintain economic growth, in the second quarter of 2020, many countries experienced recession. For example, the US economy contracted 32.9%, Germany 10.1%, the UK 20.4%, and Italy 17.3%, as compared to the same period of 2019.

Countries in Asia have experienced similar conditions, where the Japanese economy contracted 2.4%, South Korea 3.3%, and Singapore 12.6%. The International Monetary Fund (IMF) projected global economic growth to be -4.4% in 2020.

In Indonesia, the Central Statistics Agency (BPS) stated that the country's economic growth was -2.07% in 2020 as compared to 5.02% in 2019. Gross Domestic Product (GDP) was Rp15,434.2 trillion and GDP per capita was Rp56.9 million or US\$3,911.7. In 2020, life insurance premiums declined by -8.6% and general insurance showed declining premiums of -3.6% compared to the previous year.

Despite the decline in overall market performance, we believe that the future of the Indonesian insurance industry remains promising, supported by a large, vibrant and increasing population.

Pesan Dewan Komisaris

Message from Board of Commissioners

Pengawasan atas Kinerja Perusahaan

Dewan Komisaris mengapresiasi langkah dan kebijakan strategis Direksi yang dapat mempertahankan kinerja Perusahaan secara optimal sepanjang 2020. Kesigapan dan kelincahan Direksi dalam mengarahkan dan memimpin Perusahaan membuktikan kompetensi anggota-anggota Direksi. Kami menilai bahwa Direksi telah menjalankan keputusan dan strategi yang tepat dalam meningkatkan kinerja produk dan layanan digital di sejumlah aspek pelanggan guna bertahan di tengah pandemi.

Dengan berbagai inovasi, Perusahaan mampu terus meningkatkan kualitas produknya dan menghadirkan layanan prima bagi seluruh Nasabah melalui kolaborasi dengan para mitra bisnis dan dengan penuh integritas. Kami menilai positif pencapaian kinerja Perusahaan yang tampak melalui peningkatan pendapatan premi sebesar 27,8%, yaitu Rp16,95 triliun, pada 2020.

Tata Kelola Perusahaan

Allianz teguh berkomitmen untuk menjalankan praktik bisnisnya dengan penuh tanggungjawab dan berakarkan pada etika bisnis yang benar. Dewan Komisaris memastikan bahwa Perusahaan senantiasa mematuhi peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Untuk mempertahankan kredibilitas dan akuntabilitas kegiatan usaha kami, Allianz berpegang tebus pada Kode Etik, nilai-nilai dan berbagai inisiatif. Seluruh pedoman ini bertujuan untuk menjaga independensi, objektivitas dan profesionalisme setiap individu dalam Perusahaan. Selain itu, Perusahaan juga mengedepankan pelaksanaan berbagai pedoman dan kebijakan perusahaan dalam bentuk sistem *whistleblowing*.

Kebijakan Konflik Kepentingan serta Kebijakan Anti Pencucian Uang dan Pemberantasan Pendanaan Terorisme (APU-PPT) juga terus ditegakkan untuk melindungi Perusahaan dari tindakan-tindakan yang dilarang.

Supervision of Company Performance

The Board of Commissioners appreciates the strategic and timely actions implemented by the Board of Directors (BoD) to maintain the Company's performance throughout 2020. The BoD's agility in leading the Company demonstrated its competence. We believe that the BoD has taken the right steps in improving various digital products and services at the various Customer touch points to stay resilient during the pandemic.

Through the implementation of various innovations, the Company successfully upgraded its product offerings, delivered outstanding services to the Customers in collaboration with its business partners while maintaining the utmost integrity. We view the Company's performance in a very positive light, where the premium income grew 27.8% to Rp16.95 trillion in 2020.

Corporate Governance

Allianz continues to carry out its business practices in a responsible way, based on high ethical business standards. The Board of Commissioners ensures that the Company always complies with prevailing laws and regulations.

To maintain the credibility and accountability of our business activities, Allianz has an overarching Code of Ethics, values, and various initiatives. All guidelines aim to maintain the independence, objectivity and professionalism of each individual within the Company. Additionally, the Company continues to uphold various company guidelines. This includes an adequate whistleblowing process.

In addition, the Conflict of Interest Policy and the Anti-Money Laundering and Combating Terrorism Funding Policy (AML-CFT) serve to protect against unethical conduct.

Komite Pendukung Dewan Komisaris

Pelaksanaan tugas Dewan Komisaris didukung oleh Komite Audit dan Komite Remunerasi dan Nominasi. Sepanjang 2020, seluruh komite telah bekerja dengan optimal dan menyampaikan laporan pengawasan secara tepat waktu, sehingga Dewan Komisaris mampu memiliki pandangan dan penilaian yang menyeluruh atas kinerja Direksi dan Perusahaan.

Apresiasi

Sebelum mengakhiri laporan ini, kami menyampaikan apresiasi yang tulus kepada Direksi yang telah bekerjasama secara sinergis dalam memimpin Perusahaan di tengah situasi yang penuh tantangan selama pandemi ini. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh mitra bisnis, pemerintah, pihak berwenang dan rekan kerja kami yang telah menyediakan produk dan layanan yang terbaik kepada para Nasabah di tengah masa-masa yang luar biasa sepanjang 2020. Secara khusus, kami mengucapkan terima kasih sedalam-dalamnya kepada seluruh Nasabah yang tetap setia mendukung dan mempercayai Allianz dalam segala situasi. Usai melewati tahun yang tangguh pada 2020, kami optimis dalam menghadapi masa depan kami.

Board of Commissioners Support Committee

Implementation of the duties of the Board of Commissioners is supported by the Audit Committee and the Remuneration and Nomination Committee. Throughout 2020, all committees worked optimally and submitted supervisory reports promptly, allowing the Board of Commissioners a comprehensive overview of the performance of the Board of Directors and the overall company.

Appreciation

Before concluding this report, we would like to express our sincere appreciation to the Board of Directors who have maintained seamless synergy in leading the Company through a challenging landscape during this pandemic. We would also like to thank all business partners, government authorities and our colleagues for providing the best products and services to our Customers amidst these unprecedented challenges in 2020. In particular, we would like to express our deepest gratitude to our Customers who have continued to faithfully support and trust Allianz in all situations. We look back at a year of resilience in 2020 and we are optimistic about our future.

Atas nama Dewan Komisaris,
On behalf of the Board of Commissioners,

Aaron Mitchell Fryer

Presiden Komisaris

President Commissioner

PT Asuransi Allianz Life Indonesia

Pesan Direksi

Message from
Board of
Directors



Pemegang Saham dan Pemangku Kepentingan yang Terhormat,

Dear Valued Shareholders and Stakeholders,

Selama lebih dari 130 tahun, Allianz Group telah menyediakan solusi dan layanan asuransi terbaik kepada para Nasabahnya di seluruh dunia. Di Indonesia, PT Asuransi Allianz Life Indonesia telah berdiri lebih dari dua dekade dan telah memberikan perlindungan asuransi kepada lebih dari 8 juta Nasabah. Dibandingkan tahun-tahun sebelumnya, kini peran Allianz sebagai penyedia asuransi sangat dibutuhkan oleh para Nasabah. Mewakili jajaran Direksi, izinkan saya untuk menyampaikan kinerja Perusahaan selama tahun buku 2020.

Mengarungi Masa-Masa Sulit yang Belum Pernah Terjadi Sebelumnya

Pandemi COVID-19 memberikan dampak yang luar biasa di berbagai aspek kehidupan. Oleh sebab itu Allianz menyampaikan simpati yang mendalam terhadap mereka yang terkena dampak langsung pandemi dan juga mendukung para tenaga kesehatan dan garda depan yang memerangi pandemi ini setiap hari.

Dampak jangka menengah dan panjang dari pandemi ini jelas terlihat. Indonesia mengalami resesi ekonomi pertama dalam dua dekade terakhir di mana kontraksi ekonomi menjadi 3,5% pada kuartal ketiga tahun 2020. Menurut laporan *World Bank's Indonesia Economic Prospects: Towards a Secure and Fast Recovery*, pada akhir tahun 2020, ekonomi diprediksi akan berkontraksi lebih lanjut menjadi 2,2% pada akhir tahun 2020. Sebelumnya, Indonesia telah mempertahankan rata-rata PDB sebesar 5% sejak tahun 1999. Sektor padat kontak menjadi sektor paling terpukul oleh pandemi di mana pengangguran meningkat sebesar 1,8% menjadi 7,1%. Pengeluaran pemerintah untuk bantuan sosial meningkat sebesar 20,5% pada tahun 2020 sebagai tanggapan atas tantangan kesehatan masyarakat yang secara signifikan berdampak di seluruh Indonesia.

Di masa yang tak terduga ini kami terus mempertahankan pertumbuhan serta menerapkan standar pelayanan yang tinggi kepada para Nasabah. Hal ini menyadarkan betapa tangguh perusahaan kami sebenarnya. Allianz tidak berhenti untuk terus berinovasi dan melihat tantangan pandemi ini sebagai peluang untuk mengembangkan layanan dan produk kami. Pandemi telah memperkuat misi dan upaya kami untuk melindungi lebih banyak orang. Kesehatan dan keselamatan karyawan adalah salah satu prioritas utama kami, diikuti dengan upaya menjaga kualitas layanan prima kepada seluruh Nasabah dan tenaga pemasar, serta terus mempertahankan pertumbuhan bisnis.

For over 130 years, Allianz Group has provided outstanding insurance solutions and services to Customers across the globe. In Indonesia, PT Asuransi Allianz Life Indonesia was established more than two decades ago and ever since has provided protection to more than 8 million Indonesians. Now more than ever before, the role of Allianz as an insurance provider is needed by our Customers. On behalf of the Board of Directors, we present the Company's performance for the financial year 2020.

Navigating through Unprecedented Times

The COVID-19 pandemic impact on various parts of our lives has been tremendous. Allianz sympathizes with those who suffered personal losses due to the pandemic and we stand with the health care workers and front liners who fight this pandemic every single day.

The medium to longer term impact of the pandemic on our economy is evident. Indonesia is seeing its first recession in two decades with the GDP contracting by 3.5% in Q3 2020. The economy is expected to contract by 2.2% in full-year 2020. (Source: World Bank's Indonesia Economic Prospects report "Towards a Secure and Fast Recovery", released at the end of 2020.) Before this, Indonesia maintained an average of 5% GDP growth since 1999. Contact-intensive sectors have seen the hardest hit during the pandemic and unemployment has increased by 1.8% to 7.1%. Government spending on social aid grew by 20.5% in 2020 in response to the significant public health challenges facing the nation.

Maintaining growth and high service standards during these unprecedented times show cased the resilience of Allianz as a company. We remain passionate about innovation and see this pandemic as an accelerator to improve our products and services. The pandemic has made our mission to "protect more people" even stronger. This includes the health and safety of our employees as one of our top priorities, followed by maintaining our service delivery to our business partners and Customers, as well as continuing to deliver business growth.

Pesan Direksi

Message from Board of Directors

Meningkatkan Keterlibatan Karyawan

Allianz Life Indonesia selalu berusaha untuk menjadi yang terdepan dalam industri asuransi. Sepanjang tahun 2020, kami melanjutkan transformasi digital dengan memperkenalkan lebih banyak produk inovatif yang disesuaikan dengan kebutuhan Nasabah kami. Kami telah membangun ekosistem digital yang kuat dan gesit yang sepenuhnya mendukung operasional dan layanan staf kami.

Tingkat efisiensi kami semakin meningkat dengan 95% karyawan kami bekerja dari rumah sejak awal pandemi. Allianz terus mempertahankan keterlibatan karyawan melalui pertemuan daring interaktif secara rutin, juga memanfaatkan berbagai platform internal, serta melakukan town hall meeting yang diikuti oleh seluruh karyawan.

Inisiatif-inisiatif ini mampu mempertahankan motivasi karyawan sekaligus mengurangi perasaan terisolasi. Untuk setiap karyawan yang membutuhkan bantuan moril, kami menyiapkan program Allianz Employee Assistance Program (EAP) yang menawarkan konsultasi psikologis profesional.

Bagi mereka yang bekerja di kantor, kami telah menerapkan protokol kesehatan dan keselamatan yang sesuai untuk memastikan staf merasa aman dan nyaman.

Mempertahankan Kualitas Layanan untuk Nasabah Kami

Berbagai inovasi digital telah mendukung kami dalam mempertahankan layanan prima, meningkatkan pengalaman Nasabah, dan mengurangi risiko yang ditimbulkan oleh pandemi. Sebagai contoh, kami memiliki Allianz eAZy Connect – sebuah portal daring, di mana Nasabah dapat mengakses semua informasi polis dan mengajukan klaim asuransi kesehatan mereka. Allianz memberikan fasilitas tambahan kepada Nasabah untuk dapat melakukan konsultasi kesehatan secara daring melalui aplikasi Halodoc. Sebagai tanggapan atas kebutuhan Nasabah serta mengurangi kekhawatiran atas cakupan polis terkait pandemi, untuk periode terbatas, kami membebaskan masa tunggu Nasabah baru jika mereka terinfeksi virus COVID-19.

Strengthening Employee Engagement

Allianz Life Indonesia has always strived to be a leader in the industry. Throughout 2020, we continued our digital transformation by introducing more innovative products tailored to the needs of our Customers. We have built a solid and agile digital ecosystem that has fully supported our staff operations and services.

We remained highly productive and engaged even with 95% of our employees working from home since the beginning of the pandemic. Allianz continued to maintain strong employee engagement through regular interactive online meetings, in addition to leveraging various internal platforms and virtual town hall meetings.

These channels have maintained staff motivation and morale whilst reducing feelings of isolation. For any employee feeling the need for support, we set up the Allianz Employee Assistance Program (EAP) offering professional psychological consultations.

For those who need to work in the office, we have implemented the appropriate health and safety protocols to ensure staff feel safe and comfortable.

Maintaining Service for Our Customers

Our digital innovations have enabled us to maintain service excellence, improve our Customers' experiences and mitigate risks posed by the pandemic. For example, we have Allianz eAZy Connect – an online portal, where Customers can access all their policy information and submit their health insurance claims. In addition, Allianz provided additional facilities for Customers to be able to have online health consultations via the Halodoc application. In response to our Customer needs and to mitigate anxiety over pandemic-related policy coverage, we temporarily waived the waiting period for new Customers if they were infected by COVID-19.

Selain itu, kami memahami bahwa kondisi keuangan Nasabah mungkin saja terpengaruh oleh pandemi ini, sehingga jika ada Nasabah yang meninggal dunia karena tertular COVID-19, kami siap memberikan perlindungan tambahan.

Tanggapan yang sama datang dari pihak regulator (OJK) yang memberikan relaksasi kepada industri asuransi untuk memperbolehkan penjualan produk unit link melalui interaksi tatap muka digital. Allianz merupakan salah satu perusahaan asuransi pertama di Indonesia yang mendukung inisiatif ini dan meluncurkan Allianz eAZy Cover. Proses ini telah memberikan kemudahan dan keamanan bagi Nasabah untuk mendapatkan perlindungan serta bagi mitra bisnis dalam melanjutkan bisnis pada saat pandemi.

Allianz eAZy Cover melengkapi Allianz Discover yang telah hadir sebelumnya, yaitu aplikasi berbasis tablet yang memudahkan Nasabah dalam memilih perlindungan asuransi berdasarkan kebutuhan dari agen, serta kemudahan penerbitan polis hanya dalam hitungan menit.

Rangkaian inisiatif ini dan juga kemitraan kami dengan beberapa bank dan mitra digital, seperti Gojek, Bukalapak dan Halodoc, telah terbukti mampu mendukung Allianz dalam menyediakan solusi asuransi kepada Nasabah pada masa pandemi.

Kinerja Keuangan

Allianz Life mencatatkan Pendapatan Premi Bruto sebesar Rp16,95 triliun atau bertumbuh sebesar 27,8% di tahun 2020 dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Jalur distribusi keagenan dan bancassurance menjadi kontributor utama untuk perolehan premi ini.

Total aset kami mencapai Rp41,17 triliun atau meningkat 7,4% dibandingkan dengan Rp38,35 triliun yang tercatat pada akhir tahun 2019. Laba Bersih mencapai Rp1,37 triliun atau meningkat 16,0% dibandingkan Rp7,8 triliun pada tahun 2019.

Moreover, we understand that Customers' financial conditions might be affected by this pandemic so that if there were any Customers who passed away due to COVID-19 infection, we temporarily provided them with additional coverage.

A similar response came from the regulator (OJK) who supported a temporary possibility to allow products to be sold via digital means. Allianz was among the first insurance companies in Indonesia that supported this initiative and launched Allianz eAZy Cover. This process has made it simple for Customers to get protection safely and added security for our business partners in continuing their work in the time of a pandemic.

Allianz eAZy Cover complements the existing Allianz Discover – a tablet-based app that allows Customers to easily choose insurance based on their needs after discussing with the agents, and to receive the policy within minutes.

These initiatives as well as our partnerships with banks and digital partners, such as Gojek, Bukalapak and Halodoc have proven invaluable in providing insurance solutions to our Customers throughout the pandemic.

Financial Achievement

Allianz Life booked Rp16.95 trillion in Gross Weighted Premiums (GWP) in 2020 – a 27.8% compared to the previous year. Our Agency and Bancassurance distribution channels were the main drivers for this growth.

Our total assets stood at Rp41.17 trillion, an increase of 7.4% as compared with Rp38.35 trillion at the end of 2019. Net Income was at Rp1.37 trillion, an increase of 16.0% compared to Rp7.8 trillion at 2019.

Pesan Direksi

Message from Board of Directors

Perusahaan juga telah membayar klaim dan manfaat kepada Nasabah sebesar Rp11,21 triliun pada 2020. Perusahaan juga mempertahankan *Risk-based Capital (RBC)* sebesar 472%, lebih tinggi dari yang disyaratkan oleh pihak regulator yaitu minimal sebesar 120%.

Tanggung Jawab Sosial

Pandemi ini telah memengaruhi semua lapisan masyarakat. Dalam melanjutkan pelaksanaan program tanggung jawab sosial, kami ingin memberikan kontribusi lebih kepada masyarakat Indonesia pada masa-masa sulit ini melalui distribusi perbekalan kesehatan dan vitamin kepada para tenaga kesehatan, donasi tes cepat secara massal untuk masyarakat umum, dan distribusi bantuan makanan kepada keluarga yang sangat terdampak oleh pandemi.

Kami secara konsisten mendukung upaya OJK untuk meningkatkan literasi keuangan kepada masyarakat Indonesia. Pada tahun sebelumnya, kami berhasil memberikan edukasi literasi keuangan kepada lebih dari 589.181 orang, diharapkan dengan pengetahuan ini, mereka dapat meningkatkan kesejahteraan mereka, yang merupakan hal yang penting di masa-masa sulit ini. Rincian lebih lanjut mengenai program CSR kami dapat ditemukan di laporan khusus mengenai CSR.

Untuk pertama kalinya, kami juga menerbitkan Laporan Keberlanjutan dan menekankan komitmen kami terhadap topik penting ini yang sejalan dengan strategi bisnis. Kami juga bertanggungjawab penuh atas aktivitas bisnis kami dengan cara berinvestasi secara bertanggungjawab, mengelola risiko lingkungan, dan mengurangi jejak karbon. Pada tahun 2020, kami berhasil mengurangi 22,87% intensitas energi, 51,66% intensitas air dan 77,89% sampah. Kami berkomitmen untuk meningkatkan dan memperkuat praktik bisnis berkelanjutan untuk masa depan yang lebih baik.

The Company paid its customers Rp11.21 trillion in claims and benefits during 2020. The Company maintained its Risk-based Capital (RBC) at 472% which was significantly higher than the regulatory minimum of 120%.

Social Responsibility

The pandemic has impacted all levels of society. By continuing our social responsibility programs, we wanted to contribute more to the people of Indonesia in these challenging times through the distribution of medical supplies and vitamins to medical professionals, donation of mass rapid tests for the public, and food aid distribution to most affected families.

In addition to that, we consistently support OJK's efforts to increase the financial literacy of Indonesians. Last year we gave our financial literacy education to more than 589,181 people with the aim that this know-how will empower them and improve their welfare amidst this challenging times. Further details on our CSR programs can be found in the specific CSR report.

We published our first Sustainability Report, emphasizing our commitment to this important topic, which is closely aligned with our business strategy. We take responsibility for our business activities by investing responsibly, managing environmental risks, and reducing our carbon footprint. In 2020, we have reduced 22.87% of energy usage, 51.66% of water consumption and 77.89% of waste. We are committed to improving and strengthening our sustainability practices as we strive to shape a better future.

Komposisi Direksi

Terdapat perubahan pada komposisi Direksi yaitu dengan pengunduran diri Meylindawati, dan bergabungnya Cui Cui sejak tanggal 1 Januari 2020 sebagai Direktur dan Chief Financial Officer. Cui Cui mempunyai lebih dari 18 tahun pengalaman profesional termasuk 12 tahun pengalaman di industri asuransi. Sebelum bergabung dengan Allianz pada tahun 2016, Cui Cui memegang berbagai peran kepemimpinan di Zurich Insurance Group yang berlokasi di Swiss, Singapura, dan Hong Kong di bidang Keuangan, Operasional, dan Strategi. Cui Cui memegang peranan penting dalam menjaga manajemen keuangan kami agar tetap pada jalurnya di sepanjang tahun yang penuh tantangan ini.

Kami ingin mengucapkan terima kasih kepada Meylindawati atas kontribusinya terhadap kinerja perusahaan yang sangat memuaskan dan kami berharap semua yang terbaik untuknya di masa mendatang.

Penutup

Akhir kata, Direksi mengucapkan terima kasih kepada Dewan Komisaris yang telah memberikan nasihat dan arahan yang berharga kepada kami. Selain itu, kami juga mengucapkan terima kasih kepada karyawan, mitra bisnis, pihak regulator, dan Nasabah atas kepercayaan dan dukungan secara terus menerus dalam masa-masa sulit dan belum pernah terjadi sebelumnya ini, yang telah memungkinkan kami untuk mencapai kinerja yang berkelanjutan. Kami menatap masa depan dengan penuh optimisme, dan akan terus memperkuat daya tahan kami.

Board of Directors Composition

There was one change to the Board composition with Meylindawati resigning and Cui Cui being appointed since 1 January 2020 as Director and Chief Financial Officer. Cui Cui brings over 18 years of professional experience including 12 years in the Insurance industry. Before joining Allianz in 2016, Cui Cui held various leadership roles in the Zurich Insurance Group in Switzerland, Singapore and Hong Kong in Finance, Operations and Strategy. Cui Cui has been instrumental to keeping our financial management on track throughout a challenging year.

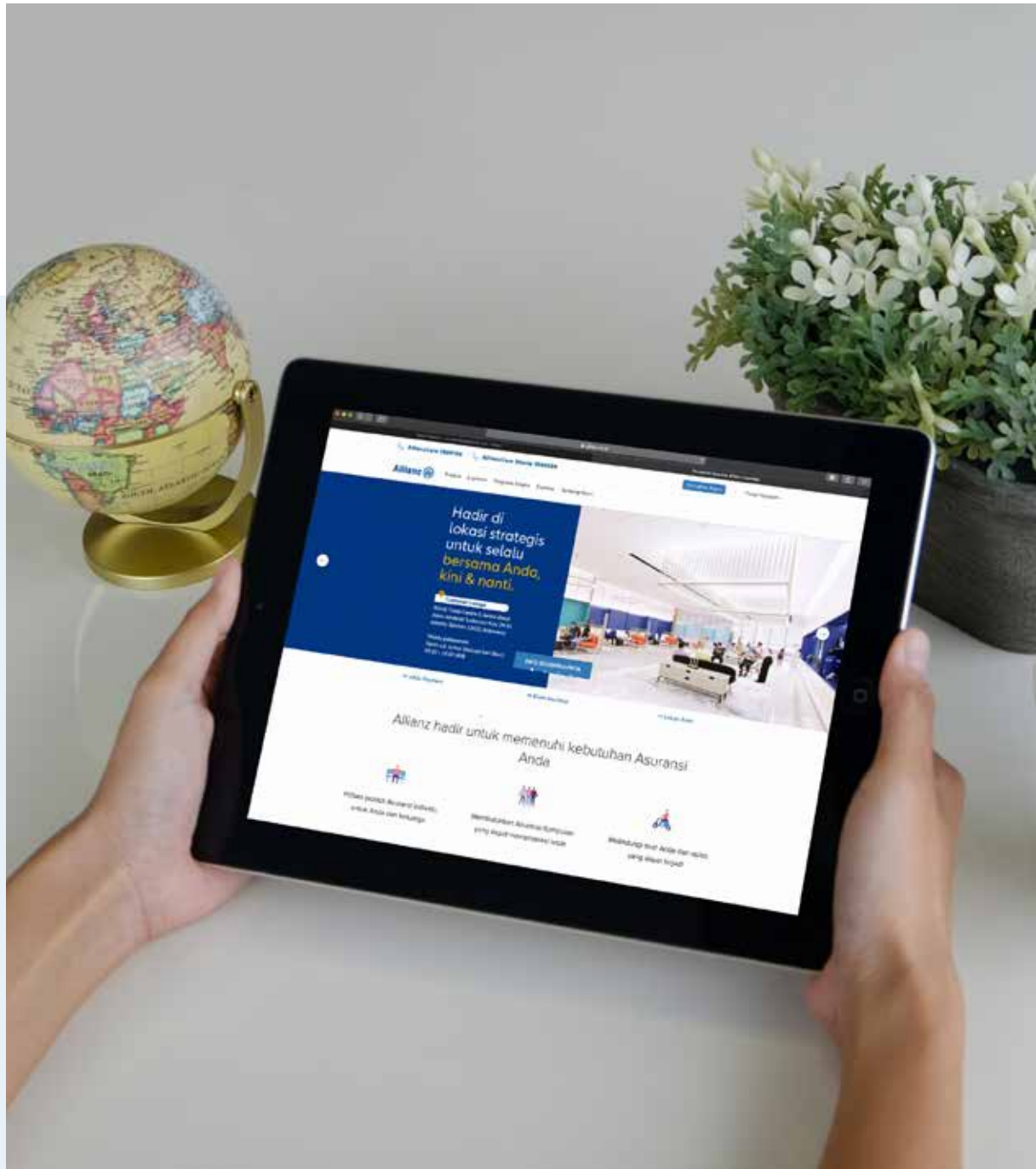
We would like to offer our sincere gratitude to Meylindawati's contribution to the Company's performance and we wish her all the best in her future endeavors.

Closing

Lastly, the Board of Directors would like to thank the Board of Commissioners for providing us with their invaluable advice and direction. Also, we express our gratitude to the employees, business partners, regulators and Customers for their continued trust and support through these unprecedented and strenuous times, which has enabled us to achieve sustainable performance. We look forward to optimism and will continue strengthening our resilience.

Atas nama Direksi,
On behalf of the Board of Directors,

Jan-Joris Louwerier
Country Manager & Direktur Utama
Country Manager & President Director
PT Asuransi Allianz Life Indonesia



01 Profil Perusahaan

Company Profile



16	Jejak Langkah Milestones
22	Dunia Allianz The World of Allianz <ul style="list-style-type: none">• Grup Allianz Allianz Group• Allianz Asia Pasifik Allianz Asia Pacific
26	Allianz Life Indonesia Allianz Life Indonesia
30	Peristiwa Penting Significant Events
38	Penghargaan Awards & Recognitions
46	Kampanye Pemasaran & Branding Branding & Marketing Campaigns
52	Tujuan & Strategi Purpose & Strategy
54	Profil Dewan Komisaris Board of Commissioners Profile
58	Profil Direksi Board of Directors Profile
60	Struktur Organisasi Organisation Structure
61	Manajemen Allianz Life Indonesia Allianz Life Indonesia Management
62	Pemegang Saham Shareholders
64	Kantor Pusat, Kantor Cabang, Jaringan Pemasaran Head Office, Branch Offices, Marketing Network
70	Pelayanan Nasabah Services to Customers
73	Pelayanan Tenaga Pemasaran Services to Agents

Jejak Langkah

Milestones

1980

Allianz mendirikan kantor perwakilan di Jakarta pada tahun 1981 dengan nama PT Asuransi Allianz Utama Indonesia. Kemudian pada tahun 1989, Perusahaan secara resmi memulai operasinya dengan menawarkan produk asuransi umum di Indonesia.

1996

Allianz Indonesia mulai menyediakan lebih banyak produk dan layanan, termasuk asuransi jiwa dan kesehatan serta dana pensiun dengan pendirian PT Asuransi Allianz Life Indonesia.

2004

Allianz Life Indonesia memulai kemitraan perbankan pertama dengan Standard Chartered Bank.

2006

- Allianz Life Indonesia termasuk dalam 10 besar Perusahaan asuransi dengan PPB sebesar Rp1 triliun ke atas
- Pembukaan unit usaha syariah.
- Peluncuran asuransi mikro Allianz sebagai produk asuransi mikro pertama di Indonesia.

2007

Lima Allianz Center diresmikan secara bersamaan di lima kota, yaitu di Medan, Bandung, Surabaya, Denpasar dan Jakarta.

2010

- Yayasan Allianz Peduli didirikan.
- Total aset yang dikelola Perusahaan mencapai Rp10 triliun, dengan PPB di atas Rp5 triliun.

2011

- Allianz Star Network dibentuk.
- Bisnis asuransi mikro mencapai 1 juta Nasabah.

1980 / 1996

2004 - 2006

2007 - 2011

1980

Allianz established a representative office in Jakarta in 1981, PT Asuransi Allianz Utama Indonesia. Later in 1989, the Company officially commenced its operations offering general insurance products in Indonesia.

1996

Allianz Indonesia started providing more products and services, including life and health insurances as well as pension funds, by establishing PT Asuransi Allianz Life Indonesia.

2004

Allianz Life Indonesia had the first banking partnership with Standard Chartered Bank.

2006

- Allianz Life Indonesia listed among the top 10 insurance companies with GWP of Rp1 trillion and above.
- The opening of the sharia business unit.
- The launch of Allianz microinsurance as the first microinsurance product in Indonesia.

2007

Five Allianz Centres were launched simultaneously in the five cities, respectively in Medan, Bandung, Surabaya, Denpasar and Jakarta.

2010

- The establishment of Allianz Peduli Foundation.
- The Company's total assets under management reached Rp10 trillion, with GWP above Rp5 trillion.

2011

- The establishment of Allianz Star Network.
- The microinsurance business recorded its achievement with 1 million Customers on portfolio.

2013

Allianz Life Indonesia melindungi lebih dari tiga juta pihak tertanggung di seluruh Indonesia.

2014

- Allianz Life Indonesia menjadi perusahaan asuransi jiwa terbesar kedua di Indonesia, dengan PPB Rp9,7 triliun.
- Peringkat pertama di pasar *Employee Benefit*.
- Peluncuran aplikasi eAZy Claim untuk pengajuan klaim asuransi kesehatan secara digital, dan ini merupakan yang pertama di industri asuransi.

- PPB gabungan mencapai Rp9,8 triliun.
- Peluncuran Tabungan Asuransi Ibadah Haji (TASBIH), dan ini merupakan yang pertama di industri asuransi.
- Peluncuran *Service Guarantee* sebagai wujud komitmen untuk memberikan layanan prima kepada Nasabah.

- PPB gabungan mencapai Rp10,2 triliun.
- Peluncuran eAZy Med Service untuk pemesanan obat secara digital dan pengiriman obat secara langsung kepada Nasabah.
- Peluncuran layanan eAZy Payment untuk memfasilitasi pembayaran premi asuransi yang mudah dan aman secara online.

2013 - 2014

2013

Allianz Life Indonesia protected more than three million insured parties across Indonesia.

2014

- Allianz Life Indonesia became the second largest life insurance Company in Indonesia with GWP of Rp9.7 trillion.
- Ranked first in the Employee Benefit market.
- The launch of eAZy Claim application to facilitate mobile claims for health insurance, the first in the industry.

2015

- Combined GWP reached Rp9.8 trillion.
- The launch of Insurance Savings for Hajj Expenses (TASBIH), the first in the industry.
- The launch of Service Guarantee as a commitment to provide high-quality service to Customers.

2016

- Combined GWP reached Rp10.2 trillion.
- The launch of eAZy Med Service for digital medicine procurement and direct delivery.
- The launch of eAZy Payment service to facilitate easy and secure insurance premium payments using online platforms.

Jejak Langkah

Milestones

20

- Peluncuran *Expert Underwriting System (EUS)* untuk meningkatkan kenyamanan dan kualitas bagi para Nasabah, sekaligus menunjang produktivitas agen. Dengan EUS, proses *underwriting* dapat diotomatisasi dan proses pengambilan keputusan saat penerimaan calon Nasabah pun dapat dilakukan secara daring dan *real time*.
- Peresmian *Allianz Ecopark* di Ancol, Jakarta Utara, sebagai ruang terbuka hijau yang mengusung merek global Allianz.

2017

- The launch of *Expert Underwriting System (EUS)* to increase the convenience and quality for Customers and to enhance agents' productivity. EUS automates the underwriting and decision-making processes when receiving potential Customers' applications, thus allowing online and real-time processing.
- The inauguration of *Allianz Ecopark* in Ancol, North Jakarta, as a green public space carrying the Allianz global brand.

- Allianz Life Indonesia bekerja sama dengan PT Bank Maybank Indonesia Tbk (Maybank Indonesia) untuk menawarkan berbagai produk kepada Nasabah Maybank, mulai dari asuransi jiwa, kesehatan dan kerugian (asuransi umum).
- Peresmian *Allianz Innovation Lab* oleh Deputy Regional CEO Allianz Asia Pacific, Bapak Solmaz Altin. Allianz Innovation Lab adalah sebuah lingkungan kerja yang dinamis dimana karyawan dari berbagai departemen dapat bekerja dan berkolaborasi untuk menciptakan solusi dan inovasi baru bagi mitra bisnis dan Nasabah.
- Peluncuran *Flexi CI* yang merupakan inovasi baru sebagai asuransi tambahan untuk produk asuransi jiwa, yang memberikan perlindungan terhadap 168 kondisi penyakit kritis.

2018

- Allianz Life Indonesia partnered with PT Bank Maybank Indonesia Tbk (Maybank Indonesia) to offer various products to Maybank's Customers, ranging from life insurance, to health and general insurance lines.
- The inauguration of *Allianz Innovation Lab* by Solmaz Altin, the Deputy Regional CEO of Allianz Asia Pacific. Allianz Innovation Lab offers dynamic work environment where employees from across departments can work and collaborate to create new solutions and innovations for business partners and Customers.
- The launch of *Flexi CI*, a new rider for life insurance products which provides protection against 168 critical illness.

- Peluncuran Allianz Discover, solusi perangkat penjualan digital bagi agen asuransi jiwa dan kesehatan yang secara interaktif memungkinkan calon Nasabah memilih perlindungan berdasarkan kebutuhan.
- Allianz Health and Corporate Solutions (AHCS) meluncurkan *add-on health rider, Hospital & Surgical Care Premier* yang menawarkan perlindungan dan kenyamanan bagi Nasabah yang membutuhkan rawat inap untuk perawatan medis dan pembedahan.
- Allianz Life Indonesia meluncurkan “Tukar Sampahmu, Lindungi Dirimu” dan “Allianz Uang Duka”, untuk memberikan pilihan asuransi yang terjangkau bagi masyarakat prasejahtera. Perusahaan tidak hanya berfokus pada pertumbuhan premi, tetapi juga pertumbuhan jumlah Nasabah yang dianggap sama pentingnya.

2019

- The launch of Allianz Discover, a digital sales tool for life and health insurance agents that allows prospective Customers to select protections based on their needs.
- Allianz Health and Corporate Solutions (AHCS) launched an add-on health rider, Hospital & Surgical Care Premier offering protection and convenience for Customers who require hospitalisation for medical treatment and surgery.
- Allianz Life Indonesia launched “Tukar Sampahmu, Lindungi Dirimu” (Trade in Your Waste, Insure Yourself) and “Allianz Uang Duka” (Allianz Funeral Funds), to provide accessible and affordable insurance options for lower-income communities. Instead of just focusing on premium growth, the Company considers the growth of Customers as equally important.

- **Allianz eAZy Cover** - Allianz eAZy Cover diluncurkan pada 2020 di tengah pandemi, sebagai bagian dari usaha Perusahaan dalam memberikan kenyamanan bagi Nasabah. Allianz eAZy Cover memungkinkan Nasabah membeli asuransi dengan metode tatap muka secara digital. Melalui Allianz eAZy Cover, para agen dapat memberikan penawaran dan menjual produk secara digital kepada calon Nasabah dengan mudah dan aman.
- **Mendapatkan Sertifikasi ISO 27001** - Untuk meningkatkan tata kelola keamanan data, Allianz Life berkomitmen penuh atas keamanan sistem informasi dan data Nasabah yang dibuktikan, antara lain, dengan meraih Sertifikat ISO 27001:2013. Sertifikasi ini merupakan penilaian standar internasional terhadap sistem tata kelola keamanan informasi dan perlindungan data.
- **Kemitraan dengan QNB** - Allianz Life mengumumkan peresmian kerja sama strategis dengan Bank QNB Indonesia untuk menyediakan solusi perlindungan asuransi melalui jalur distribusi *bancassurance*. Allianz Life Indonesia menjadi penyedia produk dan layanan asuransi jiwa bagi Nasabah Bank QNB Indonesia untuk 10 tahun ke depan. Dengan demikian, Nasabah perorangan dapat mengakses perlindungan asuransi dari Allianz Life Indonesia di 19 cabang Bank QNB Indonesia yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia.

2020

- **Allianz eAZy Cover** - Allianz eAZy Cover was launched during the pandemic in mid-2020 as an example of our continuous efforts in providing convenience to customers. Allianz eAZy Cover allows Customers to purchase insurance via digital. Through Allianz eAZy Cover, agents can offer and sell products to prospective Customers easily and safely.
- **Obtaining ISO 27001** - To improve the data security governance, Allianz Life is fully committed to Customers’ information management and data security which is proven by obtaining the ISO 27001:2013 Certificate. The certification is an international standard of information security management and data protection.
- **Partnership with QNB** - Allianz Life announced the establishment of a strategic partnership with Bank QNB Indonesia to provide insurance protection solutions through the *bancassurance* distribution channel. Allianz Life Indonesia becomes the provider of life insurance products and services for Bank QNB Indonesia Customers for the next 10 years. Now, Customers can conveniently access insurance protection from Allianz Life Indonesia in Bank QNB Indonesia’s 19 branches located across the country.

Grup Allianz & Asia Pasifik

Allianz Group
& Asia Pacific

22

TERDAPAT DI
EXIST IN

70

NEGARA DI DUNIA
COUNTRIES IN THE WORLD



DANA KELOLAAN PIHAK KETIGA
THIRD PARTY ASSETS

€ 1,7 TRILIUN
TRILLION

ASURANSI JIWA & KESEHATAN
LIFE & HEALTH INSURANCE



**GLOBAL
5 BESAR**
GLOBAL
BIG 5



TOTAL DANA KELOLAAN
ASSETS UNDER MANAGEMENT

€ 790 MILIAR
BILLION

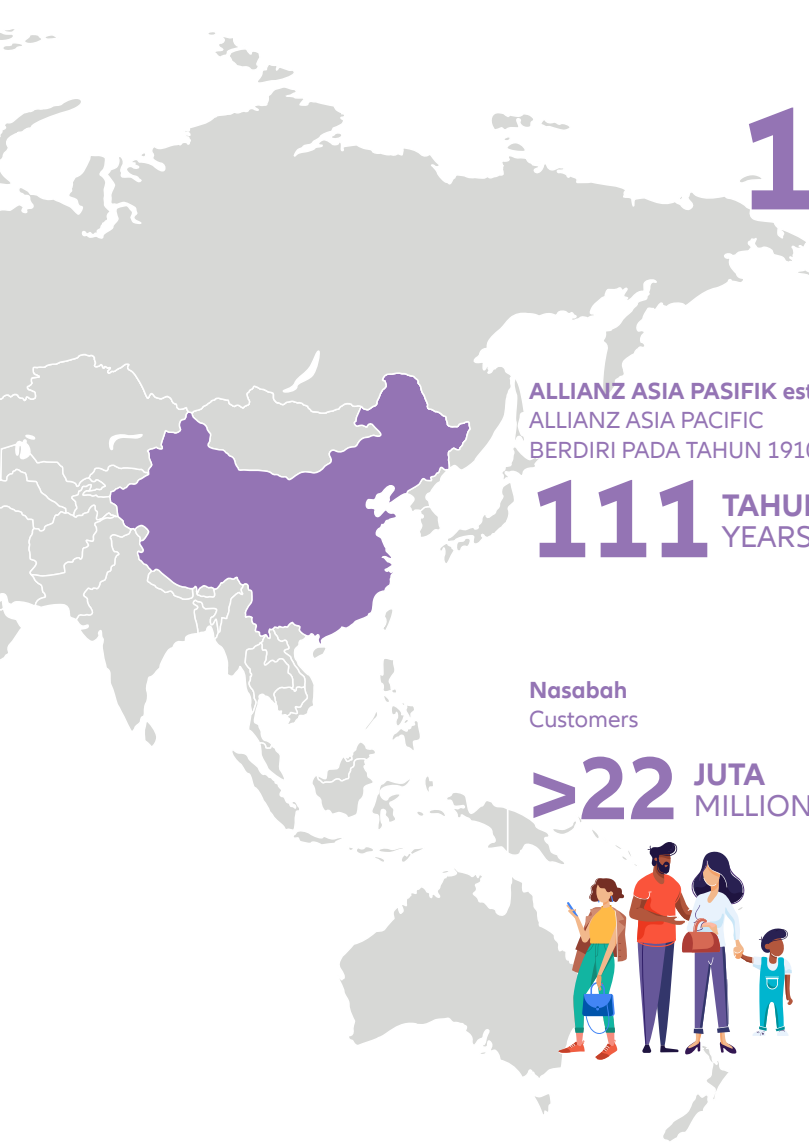


Nasabah
CLIENTS

>100 JUTA
MILLION

131 TAHUN
YEARS

DIDIRIKAN DI MUNCHEN,
JERMAN TAHUN 1890
ESTABLISHED 1890
IN MUNCHEN, GERMANY



16

PASAR DI ASIA PASIFIK
MARKETS IN ASIA PACIFIC

ALLIANZ ASIA PASIFIK est. 1910
ALLIANZ ASIA PACIFIC
BERDIRI PADA TAHUN 1910

111 TAHUN
YEARS

Nasabah
Customers

>22 JUTA
MILLION



KARYAWAN KHUSUS
EXPERIENCED STAFF

>36.000

ORANG
PEOPLE

Grup & Asia Pasifik Allianz

Allianz Group & Asia Pacific

Grup Allianz

Allianz Group

Awal Mula Allianz

Allianz Group memulai bisnisnya pada 1890 di Munich, Jerman di bidang penyediaan asuransi. Pada 1893, Allianz mulai melebarkan sayapnya di skala internasional, dengan membuka kantor di London, Amerika Serikat, Belanda, Skandinavia, Belgia, Perancis, dan Balkan. Pada 12 Desember 1895, Allianz melantai di Bursa Efek Berlin dan usai menyanggah status sebagai perusahaan publik, Allianz mampu memperluas pangsa pasarnya di dunia.

Hadir Secara Internasional

Hingga saat ini, Allianz telah bertransformasi menjadi salah satu dari 5 (lima) penyedia produk asuransi umum, asuransi jiwa dan kesehatan terbesar di dunia. Dalam skala global, Allianz adalah pengelola aset terbesar dan salah satu dari 3 (tiga) yang terbesar di dunia sebagai penyedia asuransi umum dan kerugian. Allianz juga merupakan pemimpin pasar di bidang asuransi kredit, asuransi perjalanan, dan asuransi untuk korporasi.

Sebagai salah satu pengelola aset terbesar di dunia, Allianz telah mengelola aset pihak ketiga sekitar 1,7 triliun Euro dan melayani lebih dari 100 juta Nasabah ritel dan korporat di lebih dari 70 negara dengan spektrum yang luas dari produk asuransi dan dana investasi.

Pada 2020, total pendapatan Allianz Group adalah 140 miliar Euro dengan laba operasional 10,8 miliar Euro. Hingga akhir 2020, sebanyak 150.000 karyawan kompeten telah memperkuat keberadaan sumber daya manusia Allianz secara global. Allianz sekali lagi menjadi perusahaan asuransi nomor satu oleh Interbrand's Best Global Brand Rankings. Nilai merek Allianz pada 2020 menjadi US\$13 miliar.

New Beginnings

The history of the Allianz Group stretches back to 1890 when the Company established its presence in Munich, Germany. In 1893, Allianz expanded into international markets, with the opening of a London office and then expanding its business operations to the United States, the Netherlands, Scandinavia, Belgium, France and the Balkans. On December 1895, Allianz made a historical move by listing its stocks on the Berlin Stock Exchange. By becoming a public listed company, Allianz was able to spread its wings even wider across international markets.

Global Presence

To date, Allianz has transformed into one of the world's top 5 (five) insurance providers of life, health, and property & casualty products. On a global scale, we are the largest asset manager and one of the top 3 (three) providers of general - and casualty insurance. Allianz is also the proud worldwide leader in credit insurance, travel insurance and corporate insurance.

Being one of the world's largest asset managers, Allianz has recorded its total third-party assets at around 1.7 trillion Euros under management, serving more than 100 million retail and corporate Customers in over 70 countries with a broad spectrum of insurance products and investment funds.

In 2020, Allianz Group total revenue is 140 billion Euros with an operating profit of 10.8 billion Euros. By the end of 2020, 150,000 competent employees had strengthened Allianz's human capital presence globally. Allianz is once again the number one insurer by Interbrand's Best Global Brand Rankings. Allianz brand value in 2020 is US\$13 billion.

Allianz telah masuk dalam Dow Jones Sustainability Index (DJSI) dengan posisi peringkat teratas sejak 2000. Pada 2020, kami mencapai posisi ke 98 di industri asuransi, dengan total skor 87 dari 100 poin.

Allianz has been included in the Dow Jones Sustainability Index (DJSI) with top ranking positions since 2000. In 2020, we achieved 98th percentile within the insurance industry with a total score of 87 out of 100 points.

Dunia berubah dengan cepat, begitu pula dengan layanan keuangan. Renewal Agenda memastikan kami terus membangun di atas fondasi yang kuat dan memperkuat posisi terdepan kami dengan memfokuskan upaya kami dalam lima pilar:

The world is changing rapidly and financial services along with it. The Renewal Agenda makes sure we keep building on our strong foundations and reinforce our leading position by focusing our efforts in five fields of action:

- Fokus pada Nasabah
- Digitalisasi pada seluruh aspek
- Keunggulan teknis
- Motor pertumbuhan
- Meritokrasi yang inklusif

- *True Customer Centricity*
- *Digital by Default*
- *Technical Excellence*
- *Growth Engines*
- *Inclusive Meritocracy*

Kelima pilar ini berperan penting dalam memetakan jalur bisnis di semua lokasi Allianz beroperasi, termasuk Asia Pasifik dan Indonesia.

These five fields of action also play a crucial role as a business road map in all markets where Allianz operates, including the Asia Pacific and Indonesia.

Allianz Asia Pasifik

Allianz Asia Pacific

Allianz Asia Pasifik berdiri pada 1910, dengan menyediakan produk asuransi kebakaran dan kelautan di kota-kota pesisir Tiongkok. Kini, Allianz Asia Pasifik telah hadir di 16 pasar dengan sumber daya manusia yang berpengalaman lebih dari 36.000 karyawan. Allianz Asia Pasifik menawarkan beragam jenis asuransi seperti asuransi umum, asuransi kecelakaan diri, asuransi jiwa, asuransi kesehatan, serta manajemen aset.

Allianz Asia Pacific was founded in 1910, by providing fire and marine insurance products to the coastal cities of China. Fast forward to today, Allianz Asia Pacific is now in 16 markets with human resources that constitute more than 36,000 experienced staff, Allianz Asia Pacific offers property and casualty, personal accident, life, and health insurance, as well as asset management.

Selama beberapa dekade, Allianz Asia Pasifik terus bertumbuh secara konsisten. Dengan pasar Asia yang dinamis, Allianz Asia Pasifik mampu memperluas pangsa pasarnya secara optimal di masa mendatang.

Through several decades, Allianz Asia Pacific has thus far maintained its sustainable performance across the region proving that it is feasible for the Company to expand into more markets in the future.

Pada 2020, Allianz Asia Pacific membukukan 7,4 miliar Euro, dengan laba operasional untuk bisnis asuransi jiwa dan kesehatan sebesar 551 juta Euro. Di tahun ini juga, Allianz Asia Pasifik mendirikan entitas baru yaitu Allianz Insurance Singapore, untuk mendukung kami dalam melayani sektor ritel domestik serta Usaha Kecil dan Menengah (UKM).

In 2020, Allianz Asia Pacific took 7.4 billion Euros, with Life and Health operating a profit of 551 million Euros. This year, Allianz Asia Pacific build a new entity, Allianz Insurance Singapore, to help Allianz Asia Pacific in serving the local retail and SME market better.

Sekilas Allianz Indonesia

Allianz Indonesia at a Glance

Sejarah PT Asuransi Allianz Life Indonesia (Perusahaan) dimulai pada 1980-an sejak berdirinya PT Asuransi Allianz Utama Indonesia sebagai kantor perwakilan di Jakarta pada 1981, yang menawarkan produk asuransi umum untuk pasar Indonesia.

The history of PT Asuransi Allianz Life Indonesia (the Company) began in the 1980s with the establishment of PT Asuransi Allianz Utama Indonesia as a representative office in Jakarta in 1981, where they officially began providing general insurance products for the Indonesian market.

Seiring dengan peningkatan permintaan akan produk asuransi di Indonesia, PT Asuransi Allianz Life Indonesia didirikan pada 16 Agustus 1996 untuk menawarkan lebih banyak produk asuransi sesuai kebutuhan pelanggan, mulai dari asuransi kesehatan dan jiwa hingga dana pensiun, dengan basis Nasabah yang terdiri dari Nasabah individu dan korporasi.

With the increasing demand for insurance products in the country, PT Asuransi Allianz Life Indonesia was established on August 16, 1996, to offer more insurance products, from health and life to pension funds, with a customer base comprising individual and corporate clients.

Sejak 2006, selain menyediakan produk asuransi konvensional, Perusahaan meluncurkan unit usaha syariah dan memulai unit usaha asuransi mikro untuk melayani segmen masyarakat menengah ke bawah. Kemudian pada 2007, Perusahaan memperkenalkan Allianz Center sebagai konsep solusi terintegrasi dimana Nasabah dan agen dapat mengakses informasi dan memperoleh layanan yang nyaman dalam satu platform. Saat ini, Allianz Center tersedia di Jakarta, Surabaya, Bandung, Medan, dan Denpasar.

Since 2006, aside from providing conventional insurance products, the Company launched its sharia business unit and embarked on microinsurance services to meet the needs of middle-low consumers segment. Then in 2007, we introduced the Allianz Centre as a one-stop solution concept where Customers and agents could access information and get convenient service under one roof. Currently, Allianz Centers are available in Jakarta, Surabaya, Bandung, Medan, and Denpasar.

Seiring dengan berjalannya waktu, Perusahaan berinovasi dengan mengembangkan produk bancassurance. Pengembangan produk ini dikuatkan melalui kemitraan dengan berbagai pihak dari industri perbankan, antara lain HSBC, BTPN, Maybank, QNB, dan lainnya.

As the Company grew, we focused on innovation by developing bancassurance products. We entered this market by partnering with various parties from the banking industry, including HSBC, BTPN, Maybank, QNB, and others.

Hingga akhir 2020, kami didukung oleh lebih dari 1.000 karyawan dan memiliki 5 Allianz Center, 15 Customer Service Point, dan 85 Kantor Pemasaran di 53 lokasi di Indonesia. Yang tidak kalah pentingnya, kami memiliki lebih dari 30.000 agen berlisensi dan lebih dari delapan juta tertanggung di seluruh Indonesia.

As of the end of 2020, we employed more than 1,000 employees and have 5 Allianz Centers, 15 Customer Service Points and 85 Marketing Offices across 53 locations in Indonesia. We have more than 30,000 licensed agents and more than eight million insured across the nation.

ALLIANZ INDONESIA
HADIR SEJAK TAHUN 1980
HAS ESTABLISHED SINCE 1980



40
TAHUN
YEARS

ALLIANZ UTAMA - 1989
ALLIANZ LIFE - 1996
ALLIANZ SYARIAH - 2006

JUMLAH TERTANGGUNG
TOTAL INSURED



8,3 JUTA
MILLION

ISO 27001
INFORMATION SECURITY
MANAGEMENT SYSTEM

KLAIM & MANFAAT DIBAYAR
CLAIMS & BENEFIT PAID



11,2
TRILIUN
TRILLION

BISNIS UTAMA
MAIN BUSINESS



JIWA LIFE KESEHATAN HEALTH PENSUN PENSION



Agen BERLISENSI
LICENSED Agents

>30.000

JUMLAH KARYAWAN
TOTAL EMPLOYEES

>1.000



Allianz Care
1500 136

Allianz Care Sharia
1500 139

PT Asuransi Allianz Life Indonesia

World Trade Center 3*
Jl. Jenderal Sudirman Kav. 29-31
Jakarta Selatan - 12920

P +62 21 2926 8888
F +62 21 2926 8080
e contactus@allianz.co.id

www.allianz.co.id

*per Maret 2021 | as of March 2021

Sekilas Allianz Indonesia

Allianz Indonesia at a Glance

Digitalisasi

Perusahaan terus beradaptasi dengan kemajuan teknologi, baik untuk lini yang berhadapan langsung dengan Nasabah maupun operasional di *back office*. Kami melakukan digitalisasi ke semua lini bisnis untuk memberikan akses yang mudah, serta meningkatkan konsistensi layanan kami untuk memberikan pengalaman terbaik bagi Nasabah kami.

Dalam melakukan transformasi digital, Perusahaan terus berupaya menciptakan kemudahan melalui berbagai layanan inovatif, seperti otomatisasi pembayaran premi, solusi untuk customer onboarding, program loyalitas Nasabah berbasis digital yang disajikan secara lebih personal, proses klaim yang lebih cepat, akses yang lebih mudah untuk mendapatkan informasi tentang produk dan layanan, serta berbagai inisiatif lainnya. Dengan inisiatif-inisiatif ini, para agen Perusahaan mampu memberikan layanan yang istimewa kepada para Nasabah secara optimal.

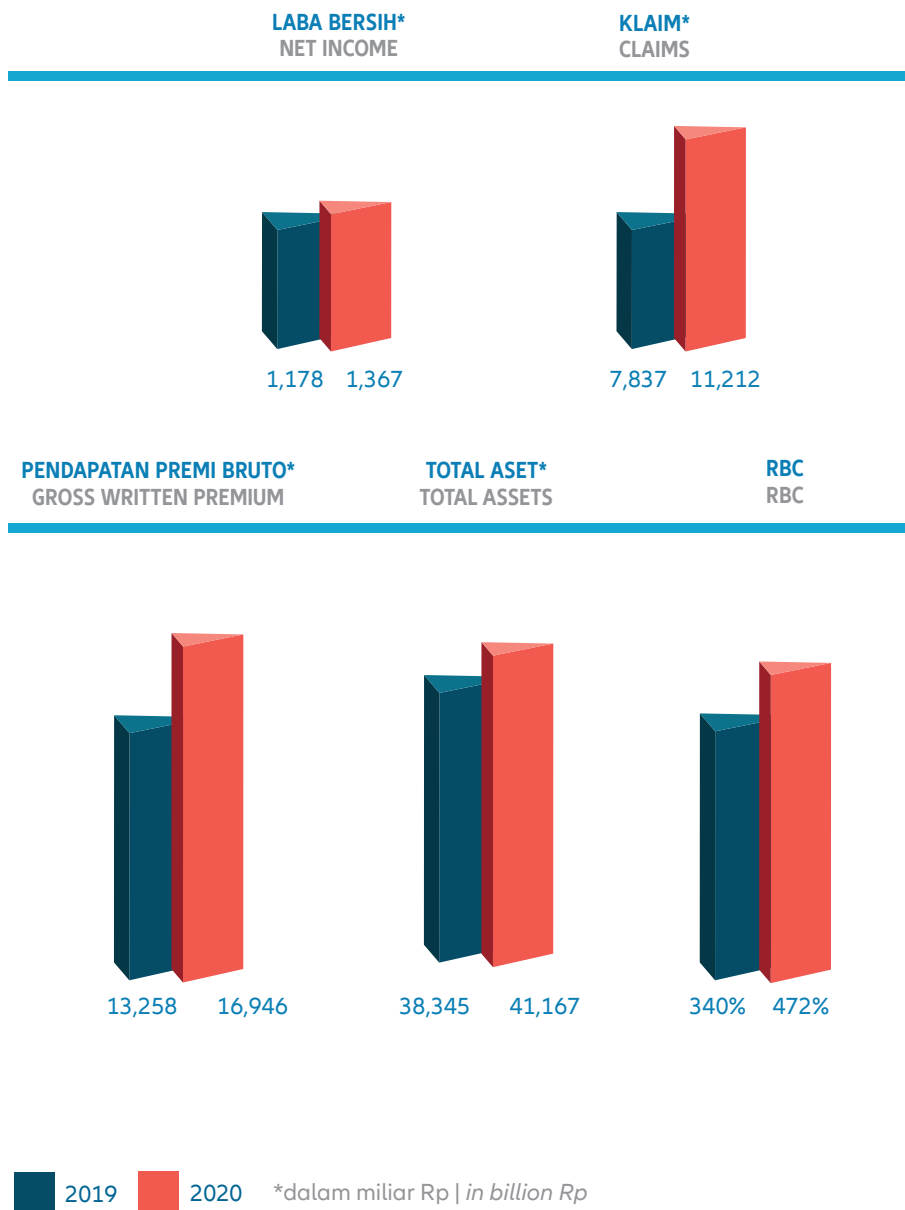
Guna memaksimalkan proses transformasi digital, Perusahaan bekerjasama dengan mitra bisnis dari sektor perbankan dalam menjalankan sistem *host-to-host*, yang memungkinkan integrasi data polis dengan proses pembayaran premi, melalui ATM, konter pembayaran, *mobile banking*, dan *internet banking*.

Digital Advancement

The Company continuously adapts to technological advancement, both Customer-facing as well as back office operations. We digitize all lines of business to provide easy access and improve consistencies in our service levels to provide outstanding experience to our Customers.

In our digital transformation, we have strived to create more convenience through various innovative services, such as premium payment automation, customer onboarding solutions, more personalized digital engagement for our customer loyalty program, faster claim processes, easier access to obtaining information on our products and services, and much more. With these initiatives, the Company and its agents can provide optimal services to Customers.

To streamline our digital transformation processes even further, Allianz's finance and accounting team has collaborated with several business partners from the banking sector for our host-to-host payment system. This collaboration has enabled the integration of policy data with the premium payment process, via ATM, over the counter, mobile banking and internet banking.



Peristiwa Penting

Significant Events

10 Januari

Bancassurance Kick-Off Meeting

Untuk terus dapat maju dan berkembang dengan para mitra perbankan, Allianz Indonesia mengadakan Bancassurance Kick-Off dengan tema "Soaring High for Greater Heights" pada 10 Januari 2020 di Hotel Mercure, Ancol. Berangkat dari penerapan prinsip burung elang yang diadopsi menjadi nilai kepemimpinan, Allianz memotivasi tim Bancassurance untuk terus "terbang tinggi" dalam mencapai target. Acara ini dihadiri oleh Joos Louwerier, *Country Manager* & Direktur Utama Allianz Life Indonesia dan Bianto Surodjo, *Chief of Partnership Distribution Officer* Allianz Life Indonesia serta jajaran manajemen Allianz Indonesia.



10 January

Bancassurance Kick-Off Meeting

To continue and to advance our development alongside fellow partners, Allianz Indonesia held a Bancassurance Kick-Off with a theme "Soaring High for Greater Heights" on January 10, 2020, at Hotel Mercure in Ancol. Based on the principle of an eagle with its valuable leadership qualities, Allianz motivated the Bancassurance team to continue to fly high to perform better at achieving targets. This event was attended by Joos Louwerier, Country Manager & President Director of Allianz Life Indonesia and Bianto Surodjo, Chief of Partnership Distribution Officer of Allianz Life Indonesia as well as Allianz Indonesia's management team.

23 Januari

ONE Allianz Employee Kick-Off Meeting

Pada 23 Januari 2020, Allianz Indonesia mengadakan Employee Kick-Off Meeting untuk membuka lembaran baru di tahun 2020 serta bersama-sama menyatakan komitmen atas target di 2020. Acara ini dihadiri oleh seluruh karyawan Allianz, tim manajemen, serta tamu istimewa *Chief Executive Officer*, Life & Health Allianz Asia Pacific, Anusha Thavarajah.



23 January

ONE Allianz Employee Kick-Off Meeting

On January 23, 2020, Allianz Indonesia held an Employee Kick-Off Meeting to start a new chapter in 2020 and put forward its 2020 target commitment. This event was attended by all Allianz employees, management team, and special guest, the Chief Executive Officer of Life & Health Allianz Asia Pacific, Anusha Thavarajah.

28 Januari

Kerjasama dengan Rumah Sakit untuk Layanan Penjaminan Langsung Pasien CoB BPJS Kesehatan

Allianz Life melalui unit bisnis Allianz Health & Corporate Solutions (AHCS) yang tergabung dalam Forum Asuransi Kesehatan Indonesia (FORMAKSI), melakukan penandatanganan Kerjasama dengan grup Rumah Sakit Awal Bros Group yang terdiri dari 12 rumah sakit, untuk layanan penjaminan langsung atas pasien *Coordination of Benefit* (CoB) BPJS Kesehatan.



28 January

Collaboration with Hospitals on Direct Services for BPJS Healthcare Coordination of Benefit (CoB) Patient

Allianz Life, through the Allianz Health Corporate Solutions (AHCS) business unit which is part of the Indonesian Health Insurance Forum (FORMAKSI), signed an agreement with Awal Bros Hospital Group which consisted of 12 hospitals, for direct guarantee services of BPJS Healthcare Coordination of Benefit (CoB) patients.

29 Januari

Meluncurkan produk Asuransi Jiwa Berjangka 'Joint Life Care'

Allianz Life bekerja sama dengan HSBC Indonesia menawarkan produk Joint Life Care, yakni solusi perlindungan jiwa berjangka gabungan bagi suami istri dalam satu polis dengan satu premi. Produk ini melindungi terhadap risiko berkurangnya sumber penghasilan dalam rumah tangga jika salah satu atau kedua pencari nafkah meninggal dunia.



29 January

The Launch of 'Joint Life Care' Term Life Insurance Product

Allianz Life collaborated with HSBC Indonesia in providing Joint Life Care products, a joint term life insurance for spouses registered in one policy with a single premium product. This product protects the household against the risk of income reduction following bereavement, the passing of one or both spouses.

12 Februari

Kerjasama dengan Maybank untuk Berikan Perlindungan Credit Life

Allianz Life dan Maybank memperkenalkan perlindungan asuransi jiwa berjangka menurun, SmartProtection dan SmartProtection iB, untuk Nasabah Maybank yang melakukan pinjaman untuk pembiayaan (*credit life*), baik dalam varian produk konvensional maupun syariah.



12 February

Collaboration with Maybank to Provide Credit Life Protection

Allianz Life and Maybank cooperated to introduce credit life insurance, SmartProtection and SmartProtection iB, for Maybank Customers who carry finance loans (*credit life*), both in conventional and sharia product categories.

21 Februari

Inisiatif Allianz Sebagai Bagian dari Perusahaan Global dalam Menghadapi Penyebaran COVID-19

Allianz Indonesia mendistribusikan lebih dari 1.600 paket Vitamin & Hand Sanitizer kepada seluruh karyawan Allianz Indonesia. Perusahaan juga menyediakan fasilitas klinik kesehatan dan dokter umum yang siaga setiap hari. Fasilitas ini dapat dinikmati oleh karyawan secara gratis.



21 February

Allianz's Initiative as Part of Global Company in Handling the COVID-19 Pandemic, as part of a Global Company

Allianz Indonesia distributed more than 1,600 packages of vitamins and hand sanitizers to all Allianz Indonesia employees. The Company also provided health facilities and consultations with General Practitioners who are on standby to support employee medical check-ups. These services were provided for the employees free of charge.

Peristiwa Penting

Significant Events

4 Maret

Kinerja Positif Unit Link

Allianz Life menggelar Pemaparan Kinerja Fund Unit Link Allianz Life Indonesia Tahun 2019 serta outlook 2020 di Allianz Tower, Jakarta. Dihadiri oleh Ni Made Daryanti, *Chief Investment Officer* dan Karin Zulkarnaen, *Chief Marketing Officer* Allianz Life Indonesia. Acara ini membahas kondisi perekonomian di tingkat global dan nasional serta memberikan gambaran holistik mengenai pengelolaan dana Nasabah Allianz Life Indonesia untuk terus mendukung rencana masa depan Nasabah.



4 March

Positive Performance of Unit Link

Allianz Life held a Media Briefing on Unit Link Annual Report 2019 and 2020 Outlook at Allianz Tower, Jakarta. Presented by Ni Made Daryanti, Chief Investment Officer and Karin Zulkarnaen, Chief Marketing Officer Allianz Life Indonesia. This event discussed the state of global and national economy while giving a comprehensive overview of the Customers' fund management by Allianz Life Indonesia in supporting the Customers' future plan.

13 Maret

Penawaran Spesial bagi Nasabah KPR Bank Mestika

Allianz Life dan Bank Mestika memperkuat kerja sama strategis untuk memberikan penawaran spesial dan kemudahan dalam persyaratan pemberian perlindungan asuransi jiwa bagi Nasabah Bank Mestika yang melakukan pinjaman untuk pembiayaan



13 March

Special Offers for KPR Bank Mestika Customers

Allianz Life and Bank Mestika strengthened their strategic partnership to provide special offers and solutions in the requirements of life insurance protection for the Customers of Bank Mestika who carry financial loans.

18 Maret

Kerjasama dengan Bank QNB Indonesia

Allianz Life mengumumkan peresmian kerja sama strategis dengan Bank QNB Indonesia untuk menyediakan solusi perlindungan asuransi melalui jalur distribusi *bancassurance*. Allianz Life Indonesia menjadi penyedia produk dan layanan asuransi jiwa bagi Nasabah Bank QNB Indonesia untuk 10 tahun ke depan. Dengan demikian, Nasabah perorangan dapat mengakses perlindungan asuransi dari Allianz Life Indonesia di 19 cabang Bank QNB Indonesia yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia



18 March

Collaboration with Bank QNB Indonesia

Allianz Life announced the establishment of a strategic partnership with Bank QNB Indonesia to provide insurance protection through the *bancassurance* distribution channel. Allianz Life Indonesia becomes the provider of life insurance products and services for the customers of Bank QNB Indonesia for the next 10 years. This allows individual Customers to access insurance from Allianz Indonesia in Bank QNB Indonesia's 19 branches located across the country.

7 April

Kebijakan Work From Home

Sejak ditemukan kasus positif COVID-19 di Indonesia dan telah dinyatakan COVID-19 sebagai pandemi oleh World Health Organization, Allianz Indonesia mengikuti imbauan pemerintah dengan menetapkan kebijakan *Work From Home* (WFH) sejak 16 Maret 2020. Hal ini dilakukan untuk mengurangi penyebaran virus.



7 April

Work from Home Policy

Since the initial positive cases of COVID-19 in Indonesia and the official announcement of COVID-19 as a pandemic by the World Health Organization, the Indonesian government has taken numerous measures to reduce the spread of the virus. Since March 16, 2020, following the government's recommendation, Allianz Indonesia has implemented a Work From Home (WFH) policy.

13 April

Donasi Alat Pelindung Diri (APD) dan Vitamin untuk Tenaga Medis Indonesia Tangani COVID-19

Sebagai bentuk kepedulian dan komitmen untuk membantu sesama di tengah pandemi COVID-19 ini, Allianz Indonesia melalui Yayasan Allianz Peduli menyalurkan donasi APD dan vitamin kepada para tenaga medis melalui Ikatan Dokter Indonesia (IDI) dan Jovee.id, perusahaan digital yang fokus pada kesehatan.



13 April

Donation of PPE and Vitamins for Indonesian Healthcare Workers in Fighting the COVID-19 Pandemic

As part of our commitment in helping others amidst the COVID-19 pandemic, Allianz Indonesia through the Allianz Peduli Foundation gave donations to healthcare workers through the Indonesian Medical Association (IDI) and Jovee.id, a digital health company.

20 April

Rapid Test Gratis Untuk Warga DKI Jakarta Bekerja Sama dengan Halodoc

Allianz Indonesia melalui Yayasan Allianz Peduli berkolaborasi dengan Halodoc menggelar *drive thru rapid test* gratis untuk COVID-19 di DKI Jakarta. Layanan ini diberikan untuk warga DKI Jakarta yang bermukim di daerah zona merah, khususnya di daerah Kemayoran, Jakarta Pusat dan Cilandak, Jakarta Selatan pada 20-25 April 2020.



20 April

Free Rapid Test for DKI Jakarta Residents in Collaboration with Halodoc

From April 20th – 25th, Allianz Indonesia through the Allianz Peduli Foundation collaborated with Halodoc to provide free drive-thru COVID-19 rapid tests in DKI Jakarta. This free rapid test service was provided for DKI Jakarta residents living in red zone areas such as Kemayoran in Central Jakarta and Cilandak in South Jakarta.

Peristiwa Penting

Significant Events

27 April

Meluncurkan Kampanye #AwaliDenganKebaikan

Prinsip keuangan syariah dinilai memiliki transparansi dalam pengelolaan sehingga dapat diterima oleh semua masyarakat tanpa membedakan keyakinan dan agamanya. Hal ini tentu saja membuka potensi yang sangat besar bagi Allianz Life Syariah. Menyambut bulan Ramadan, Allianz Life Syariah mengundang masyarakat untuk berbagi kebaikan dalam bentuk lain dengan meluncurkan kampanye #AwaliDenganKebaikan.



27 April

The Launch of #AwaliDenganKebaikan Campaign

Sharia principles for finance are considered to be transparent in its management which opens opportunities to people from various faith groups. Therefore, it brings up opportunities and a huge potential for Allianz Life Syariah. In celebrating the holy month of Ramadan, Allianz Life Syariah launched the #AwaliDenganKebaikan campaign to get people to share kindness with others.

8 Mei

Raih Sertifikasi ISO 27001

Allianz Life berkomitmen penuh atas keamanan sistem informasi dan data Nasabah yang dibuktikan, antara lain, dengan meraih Sertifikat ISO 27001:2013. Sertifikasi ini merupakan penilaian standar internasional terhadap sistem tata kelola keamanan informasi dan perlindungan data.



8 May

ISO 27001 Certification

Allianz Life obtained the ISO 27001:2013 Certificate, an international standard of information security management and data protection. We remain fully committed to the security of our information systems and the Customers' data.

13 Mei

Meluncurkan 'Employee Assistance Program' (EAP)

Di tengah pandemi COVID-19, kesehatan fisik dan mental karyawan terus menjadi fokus utama bagi perusahaan. Untuk menjaga psikis dan mental karyawan tetap sehat, Allianz Indonesia mengeluarkan inisiatif *Employee Assistance Program* (EAP) layanan konsultasi pribadi untuk karyawan dengan psikolog profesional sebagai dukungan moril nyata bagi karyawan.



13 May

The Launch of 'Employee Assistance Program' (EAP)

Amid COVID-19 pandemic, the employees' physical and mental health have become the main focus of the Company. To maintain the physical and mental health of employees, Allianz Indonesia launched an EAP initiative for private consultation services for employees with professional psychologists as a moral support for employees.

27 Mei

Perkenalkan Produk Asuransi Jiwa Unit Link Terbaru untuk Segmen Nasabah *Affluent*

Allianz Life memperkenalkan produk asuransi jiwa unit link terbaru untuk segmen Nasabah *affluent*. Produk dengan fitur premium ini akan memberikan manfaat perlindungan optimal dan potensi nilai investasi yang menyesuaikan dengan tujuan finansial yang dimiliki Nasabah. Produk ini tersedia bagi Nasabah di tiga mitra perbankan Allianz Life yakni, MyProtection Infinite untuk Nasabah Bank Maybank Indonesia, Premium Wealth Assurance untuk Nasabah Bank HSBC Indonesia dan Guardia Signature untuk Nasabah Bank BTPN.



27 May

Introducing the Newest Unit Link Life Insurance Product for Affluent Customer Segments

Allianz Life launched the newest unit link life insurance product for the affluent customer segment which is distributed through banking partners. Products with premium features will provide optimal protection benefits and potential investment value based on Customers' financial goals. This new unit link product is available for Customers in Allianz Life's three banking partners, namely, MyProtection Infinite for Customers of Bank Maybank Indonesia, Premium Wealth Assurance for Customers of Bank HSBC Indonesia, and Guardia Signature for Customers of Bank BTPN.

10 Juni

Meluncurkan Allianz eAZy Cover, Proteksi Asuransi dari Rumah Saja

Allianz Life meluncurkan eAZy Cover untuk memudahkan masyarakat dalam memiliki perlindungan asuransi di masa pandemi COVID-19. Allianz eAZy Cover mendukung tenaga pemasar tetap beraktivitas bisnis sambil menjaga *physical distancing* dan interaksi tatap muka digital (*digital face-to-face*)

27 Juli

Allianz Smart Point Dukung Usaha Kecil Menengah (UKM)

Sebagai bentuk dukungan Allianz Indonesia terhadap perkembangan UKM Indonesia yang banyak berperan terhadap perekonomian nasional, Allianz mengajak para Nasabah yang merupakan pengusaha UKM untuk bergabung menjadi *merchant* di Allianz Smart Point.



10 June

The Launch of Allianz eAZy Cover, Insurance Protection at Home

Allianz Life launched eAZy Cover as an example of our continuous efforts in providing convenience to customers during the COVID-19 pandemic. Allianz eAZy Cover supports insurance advisors to continue their business activities while maintaining physical distancing and virtual interactions.

27 July

Allianz Smart Point to Support Small Medium Enterprises (SMEs)

As part of Allianz Indonesia's continuous support for the development of Indonesian SMEs, which play a pivotal role in the national economy and employment, Allianz invited SMEs entrepreneurs to register themselves as merchants on Allianz Smart Point.

3 September

Program #eAZyDiRumahAja Dalam Rangka Hari Nasabah Nasional

Dalam rangka merayakan Hari Pelanggan Nasional pada 4 September, Allianz mengadakan program #eAZyDiRumahAja. Allianz mengajak seluruh Nasabah untuk menggunakan layanan digital Allianz dari rumah. Lebih lanjut, sebagai apresiasi kepada Nasabah yang telah mengaktifasi layanan dan melakukan transaksi digital, Allianz Indonesia memberikan tambahan *loyalty point* atau voucher belanja melalui aplikasi program *loyalty*, Allianz Smart Point. Nasabah dan masyarakat umum juga dapat mengikuti rangkaian webinar dengan berbagai topik menarik secara gratis.



3 September

#eAZyDiRumahAja Program on National Customer Day

To celebrate the National Customer Day on September 4, Allianz held #eAZyDiRumahAja program. Allianz invited Customers to experience Allianz digital services from home. Moreover, to show appreciation to our Customers who have used the digital services and transactions, Allianz Indonesia provides additional loyalty points or shopping vouchers that will be given through the loyalty program application, Allianz Smart Point. Customers and general public could also attend a series of webinars with various interesting topics free of charge.

Peristiwa Penting

Significant Events

23 September

Penanaman Mangrove di Pulau Pramuka Dalam Rangka World Cleanup Day 2020

Pandemi COVID-19 tidak menghalangi Allianz Indonesia melalui Yayasan Allianz Peduli (YAP) untuk berpartisipasi dalam gerakan World Cleanup Day 2020. Tahun ini berkolaborasi dengan Semesta Mangi Lestari, YAP melakukan penanaman mangrove dan kegiatan membersihkan sampah di Pulau Pramuka.



23 September

Mangrove Planting in Pramuka Island for 2020 World Cleanup Day

The COVID-19 pandemic did not stop Allianz Indonesia from participating in the 2020 World Cleanup Day through the Yayasan Allianz Peduli (YAP). This year, YAP collaborated with Semesta Mangi Lestari to conduct mangrove planting and waste collection activities in Pramuka Island.

1 Oktober

Meluncurkan Proteksi Mikro Santunan Duka

Allianz Indonesia telah melakukan pengembangan lebih lanjut terhadap program Allianz Uang Duka dengan meluncurkan produk asuransi jiwa kumpulan mikro bernama Proteksi Mikro Santunan Duka. Keunggulan yang dimiliki Proteksi Mikro Santunan Duka yakni tersedianya pilihan premi mulai dari Rp1.500,00 – Rp15.000,00 per-bulan, dengan pilihan uang pertanggungan sebesar Rp2.000.000,00 - Rp20.000.000,00.



1 October

The Launch of Proteksi Mikro Santunan Duka

Allianz Indonesia carried out further development of the Allianz Funeral Funds program by officially launching a micro-life insurance product called Proteksi Mikro Santunan Duka (Micro Protection for Bereavement Support). This product gives the benefit of low premium options ranging from Rp1,500.00 - Rp15,000.00 per month with options of coverage ranging from Rp2,000,000.00 - Rp20,000,000.00.

7 Oktober

Bekerja Sama dengan Gojek dan PasarPolis Sediakan Akses Asuransi Kesehatan

Allianz Life bekerja sama dengan PasarPolis untuk menyediakan perlindungan asuransi yang dapat menjangkau berbagai lapisan masyarakat melalui aplikasi Gojek dengan premi yang dapat dibayar melalui GoPay. Allianz Life menghadirkan Asuransi Rawat Inap Rumah Sakit atau Hospital Cash Plan di layanan GoSure yang ada di aplikasi Gojek.

SURE #PUNYAPOWER DENGAN gosure

ALLIANZ HOSPITAL CASH PLAN BAYAR PREMI GAK SAMPE SERIBUAN* SUDAH DAPAT PERLINDUNGAN.

Belinya di GoSure tersedia di aplikasi GoJek.

*) Premi jika dihitung per hari sesuai plan yang dipilih.

Allianz telah terdaftar dan diawasi OJK.

Allianz **PasarPolis**

7 October

Partnering with Gojek and PasarPolis to Provide Health Insurance Access

Allianz Life partnered with PasarPolis in providing insurance protection to cover people from various levels through Gojek application using GoPay payment method. Allianz Life provides Hospital Inpatient Insurance or Hospital Cash Plan through GoSure service on Gojek application.

16 Oktober

Meluncurkan Program I'm A Lifechanger

Allianz Life terus fokus dan konsisten pada program pengembangan *entrepreneurship* melalui program I'm A LifeChanger. Sejak tahun 2018, Allianz Life memfasilitasi generasi milenial yang ingin membangun kemampuan *entrepreneurship* melalui program rekrutmen LifeChanger. Hal ini dilakukan sebagai salah satu langkah strategis untuk mengantisipasi dan mengoptimalkan pertumbuhan pasar di masa depan

21 Oktober

Dinobatkan sebagai merek asuransi #1 di dunia dalam Interbrand Best Global Brands Ranking

Untuk kedua kali berturut-turut, Allianz tercatat sebagai merek asuransi teratas di dunia menurut Interbrand Best Global Brands Ranking. Berita positif ini datang di saat pasar dan industri di seluruh dunia mengalami ketidakpastian, dan sedang berusaha untuk menghadapi tantangan pandemi global.



16 October

The Launch of I'm a Lifechanger Program

Allianz Life continues to be consistent for entrepreneurship development through the I'm A LifeChanger program. Since 2018, Allianz Life has supported members of the millennial generation wanting to develop entrepreneurial skills through our LifeChanger recruitment program. Allianz Life understands the spirit of the millennial generation who aspire to establish a business in the insurance industry. This program is part of our strategy to optimize and prepare for future market growth.

21 October

Awarded as #1 insurance brand in the world in the Interbrand Best Global Brands Ranking

For the second time in a row, Allianz was listed as the top insurance brand in the world according to the Interbrand Best Global Brands Ranking. This positive news came amidst the uncertainty of global markets due to pandemic.

28 Oktober

Meluncurkan #ProteksiCumaCuma Bekerja Sama dengan GoPay

Allianz Indonesia bersama GoPay mengumumkan kerja sama lanjutan melalui peluncuran program #ProteksiCumaCuma, yang memberikan proteksi asuransi jiwa dengan premi gratis kepada seluruh pengguna GoPay Plus yang setia. Hal ini sejalan dengan misi Allianz Indonesia untuk memberikan perlindungan asuransi ke lebih banyak masyarakat Indonesia.



28 October

The Launch of #ProteksiCumaCuma in Collaboration with GoPay

Allianz Indonesia, together with GoPay, announced further collaboration through the launch of #ProteksiCumaCuma program, which provides life insurance protection with a free premium to all loyal GoPay Plus users. This collaboration is in line with Allianz Indonesia's mission to insure more people.

14 Desember

Webinar Pengumuman Pemenang Allianz Journalist Competition 2020

Allianz Indonesia menggelar *Virtual Media Discussion* dengan tema "How Insurance & Media Face COVID-19 Challenges" yang mengulas mengenai situasi ekonomi dan perkembangan industri asuransi, tantangan yang dihadapi perusahaan asuransi dan beragam inisiatif yang telah dilakukan selama masa pandemi, juga mengenai tantangan dan gambaran mengenai tren media massa ke depannya.



14 December

Allianz Journalist Writing Competition Announcement & Webinar 2020

Allianz Indonesia held a Virtual Media Discussion with the theme of "How Insurance & Media Face COVID-19 Challenges" discussing economic conditions and the development of insurance industry, challenges faced by insurance companies, and various initiatives that have been carried out during the pandemic, as well as an overview of trends and challenges for mass media in the future.

Penghargaan

Awards



Dianugerahkan kepada Bapak Joos Louwerier sebagai The Best CEO 2019 peringkat ke-2 dalam acara Leadership Award: The Best CEO 2019 yang diselenggarakan oleh SWA.

Awarded to Mr. Joos Louwerier as The 2nd Rank of The Best CEO 2019 in Leadership Award: The Best CEO 2019 held by SWA.

38



Dianugerahkan kepada PT Asuransi Allianz Life Indonesia sebagai Unit Link Terbaik 2020 kategori Saham Denominasi Rupiah Periode 10 Tahun Smartlink Rupiah Equity Fund dalam acara Unit Link Awards 2020 yang diselenggarakan oleh Majalah Investor.

Awarded to PT Asuransi Allianz Indonesia as The Best Unit Link 2020 in Rupiah Category for 10 years, Smartlink Rupiah Equity Funds. In Unit Link Awards 2020 by Investor Magazine.



Dianugerahkan kepada PT Asuransi Allianz Life Indonesia sebagai Unit Link Terbaik 2020 kategori Campuran Denominasi USD Periode 5 Tahun Smartlink Dollar Managed Fund dalam acara Unit Link Awards 2020 yang diselenggarakan oleh Majalah Investor.

Awarded to PT Asuransi Allianz Indonesia as The Best Unit Link 2020 in the category of Managed Funds USD Denomination for the period of 5 years by Smartlink Dollar Managed Fund in Unit Link Awards 2020 held by Investor Magazine.



Dianugerahkan kepada PT Asuransi Allianz Life Indonesia sebagai Unit Link Terbaik 2020 kategori Saham Denominasi Rupiah Periode 5 Tahun Smartwealth Equity Indoglobal Fund dalam acara Unit Link Awards 2020 yang diselenggarakan oleh Majalah Investor.

Awarded to PT Asuransi Allianz Indonesia as The Best Unit Link 2020 in the category of Rupiah Denomination Shares for the period of 5 years by Smartwealth Equity Indoglobal Fund in Unit Link Awards 2020 held by Investor Magazine.



Dianugerahkan kepada PT Asuransi Allianz Life Indonesia sebagai Unit Link Terbaik 2020 kategori Saham Denominasi Rupiah Periode 5 Tahun Smartlink Equity Infrastructure Fund dalam acara Unit Link Awards 2020 yang diselenggarakan oleh Majalah Investor.

Awarded to PT Asuransi Allianz Indonesia as The Best Unit Link 2020 in the category of Rupiah Denomination Shares for the period of 5 years by Smartlink Equity Infrastructure Fund in Unit Link Awards 2020 held by Investor Magazine.



Dianugerahkan kepada Allianz Indonesia untuk Excellence Corporate Social Responsibility Program di 2020 kategori Asuransi dalam acara Iconomics Indonesian CSR Brand Equity Award 2020 yang diselenggarakan oleh Iconomics.

Awarded to Allianz Indonesia for Excellence Corporate Social Responsibility Program in 2020, Insurance category in Iconomics Indonesian CSR Brand Equity Award 2020 held by Iconomics.



Dianugerahkan kepada Allianz Indonesia sebagai Perusahaan asuransi dengan prestasi dalam membangun Digital Public Relation dalam acara Indonesian Top Digital PR Award 2020 yang diselenggarakan oleh Infobrand.

Awarded to Allianz Indonesia as insurance Company with achievements in developing Digital Public Relations at the Indonesian Top Digital PR Award 2020, held by Infobrand.



Dianugerahkan kepada PT Asuransi Allianz Life Indonesia as The Best in Building Digital Transformation kategori Life Insurance (Aset > Rp20 Triliun) dalam acara Top Digital Company Award 2020 yang diselenggarakan oleh Majalah Marketing.

Awarded to PT Asuransi Allianz Life Indonesia as The Best in Building Digital Transformation, Life Insurance (Asset > Rp20 Trillion) category in Top Digital Company Award 2020 held by Marketing Magazine.



Dianugerahkan kepada PT Asuransi Allianz Life Indonesia as Popular Life Insurance Company for News Activity Strategy Kategori: Life Insurance dalam acara 5th Indonesia Digital Innovation Award 2020 "PR Transformation in The Era of New Normal (After Pandemic Era)" yang diselenggarakan oleh Warta Ekonomi.

Awarded to PT Asuransi Allianz Life Indonesia as Popular Life Insurance Company for News Activity Strategy Category: Life Insurance in the 5th Indonesia Digital Innovation Award 2020 "PR Transformation in The Era of New Normal (After Pandemic Era)" which was held by Warta Ekonomi



Dianugerahkan kepada PT Asuransi Allianz Life Indonesia as Innovative Company for Fully Automation Customer Experiences Kategori: Life Insurance dalam acara 5th Indonesia Digital Innovation Award 2020 "Embrace Culture of Innovation Through Collaboration" yang diselenggarakan oleh Warta Ekonomi.

Awarded to PT Asuransi Allianz Life Indonesia as Innovative Company for Fully Automation Customer Experiences, Category: Life Insurance in the 5th Indonesia Digital Innovation Award 2020 "Embrace Culture of Innovation Through Collaboration" held by Warta Ekonomi.



Dianugerahkan kepada PT Asuransi Allianz Life Indonesia for the Excellent in Corporate Public Relations Kategori: Life Insurance > 10 T dalam acara Indonesia Corporate Branding PR Award 2020 yang diselenggarakan oleh Iconomics.

Awarded to PT Asuransi Allianz Life Indonesia for the Excellent in Corporate Public Relations Category: Life Insurance > 10 T in Indonesia Corporate Branding PR Award 2020 held by Iconomics.

Penghargaan

Awards



40

Dianugerahkan kepada PT Asuransi Allianz Life Indonesia sebagai 2nd Rank Kategori: Asuransi Jiwa Konvensional Premi Bruto Class Rp10 trillion to < Rp15 trillion dalam acara 9th Digital Brand Awards yang diselenggarakan oleh Infobank.

Awarded to PT Asuransi Allianz Life Indonesia as the 2nd Winner Conventional Life Insurance, Gross Premium Class category Rp10-Rp15 trillion. 9th Digital Brand Awards held by Infobank.

Dianugerahkan kepada PT Asuransi Allianz Life Indonesia yang memperoleh Rating A dalam HR Excellence Award 2020. Kategori: Recruitment Strategy dalam acara HR Excellence Award 2020 yang diselenggarakan oleh SWA.

Awarded to PT Asuransi Allianz Life Indonesia that has attained A Rating in the HR Excellence Award 2020 Category: Recruitment Strategy in HR Excellence Award 2020 held by SWA.

Dianugerahkan kepada Allianz Indonesia sebagai Heroes of The Insurance Industry in The Pandemic Era dalam acara CEO & Corporate Award "The Heroes of Light in The Pandemic Era" yang diselenggarakan oleh Warta Ekonomi.

Awarded to Allianz Indonesia as Heroes of The Insurance Industry in the Pandemic Era in CEO & Corporate Award "The Heroes of Light in The Pandemic Era" held by Warta Ekonomi.



Dianugerahkan kepada PT Asuransi Allianz Life Indonesia sebagai 3rd Millennial's Choice Brand Health Insurance Category dalam acara 2nd Indonesia Millennial's Top Brand Award 2020 "Deal with Acceleration Millennial's Lifestyle in The New Normal Era" yang diselenggarakan oleh Warta Ekonomi.

Awarded to PT Asuransi Allianz Life Indonesia as 3rd Millennial's Choice Brand Health Insurance Category in the 2nd Indonesia Millennial's Top Brand Award 2020 "Deal with Acceleration Millennial's Lifestyle in The New Normal Era" held by Warta Ekonomi.consequat.



Dianugerahkan kepada PT Asuransi Allianz Life Indonesia sebagai Indonesia Most Popular Digital Financial Brands (Millennial's Choice) dalam acara Indonesia's Most Popular Digital Financial Brands yang diselenggarakan oleh Iconomics.

Awarded to PT Asuransi Allianz Life Indonesia for Indonesia Most Popular Digital Financial Brands (Millennial's Choice) in Indonesia's Most Popular Digital Financial Brands held by Iconomics.



Dianugerahkan kepada PT Asuransi Allianz Life Indonesia sebagai pemenang Digital Transformation of The Year dalam acara 5th Asia Trusted Life Agents & Adviser Awards 2020 yang diselenggarakan oleh Asia Trusted Life Agents & Adviser Awards.

Awarded to PT Asuransi Allianz Life Indonesia as the winner of Digital Transformation of the Year in the 5th Asia Trusted Life Agents & Adviser Awards 2020 held by Asia Trusted Life Agents & Adviser Awards.



Dianugerahkan kepada Allianz Indonesia atas Financial Performance Full-Year 2019 dengan Predikat Excellent dalam acara 21st Insurance Award 2020 yang diselenggarakan oleh Infobank.

Awarded to Allianz Indonesia for Financial Performance Full-Year 2019 with Predicate Excellent in the 21st Insurance Award 2020 held by Infobank.



Dianugerahkan kepada PT Asuransi Allianz Life Indonesia sebagai One of The Most Innovative Insurance Companies in Indonesia (2020) dalam acara Most Innovative Insurance Companies Award 2020 "Top 20 Insurance" yang diselenggarakan oleh Iconomics.

Awarded to PT Asuransi Allianz Life Indonesia as one of The Most Innovative Insurance Companies in Indonesia (2020) in Most Innovative Insurance Companies Award 2020 "Top 20 Insurance" held by Iconomics.



Dianugerahkan kepada PT Asuransi Allianz Life Indonesia sebagai pemenang Insurance Market Leader Award 2020 dalam acara Insurance Market Leader Award 2020 yang diselenggarakan oleh Media Asuransi.

Awarded to PT Asuransi Allianz Life Indonesia as the Winner of Insurance Market Leader Award 2020 in Insurance Market Leader Award 2020 held by Media Asuransi.

Penghargaan

Awards



42

Dianugerahkan kepada Allianz Indonesia for Achieving Excellent in Create Positive Memorable Customer Experience Based on National Customer Experience Perception Survey CXSQI 2020 kategori Customer Experience in Purchase Health & Life Insurance Policy at Authorized Office dalam acara Customer Experience Service Quality Award 2020 yang diselenggarakan oleh Majalah Marketing.

Awarded to Allianz Indonesia for Achieving Excellent in Create Positive Memorable Customer Experience Based on National Customer Experience Perception Survey CXSQI 2020 category Customer Experience in Purchase Health & Life Insurance Policy at Authorized Office in Customer Experience Service Quality Award 2020 held by Marketing Magazine.

Dianugerahkan kepada Allianz Indonesia sebagai Top 3 Best Digital Innovation Life Insurance dalam acara The 2nd Indonesia Insurance Innovation Award 2020 yang diselenggarakan oleh Thinknovatecomm.

Awarded to Allianz Indonesia as Top 3 Best Digital Innovation Life Insurance in the 2nd Indonesia Insurance Innovation Award 2020 held by Thinknovatecomm.

Dianugerahkan kepada Allianz Indonesia sebagai Top 3 Best Financial Performance Insurance Companies dengan Total Aset Lebih Dari Rp30 Triliun, kategori Life Insurance dalam acara The 2nd Indonesia Insurance Innovation Award 2020 yang diselenggarakan oleh Thinknovatecomm.

Awarded to Allianz Indonesia as Top 3 Best Financial Performance Insurance Companies with Assets Over Rp30 Trillion kategori Life Insurance dalam acara The 2nd Indonesia Insurance Innovation Award 2020 held by Thinknovatecomm.



Dianugerahkan kepada PT Asuransi Allianz Life Indonesia for Insurance Initiative of The Year – Indonesia dalam acara Insurance Asia Awards 2020 yang diselenggarakan oleh Insurance Asia.

Dianugerahkan kepada PT Asuransi Allianz Life Indonesia for Excellence in Building and Managing Corporate Image category Life Insurance (Asset >25 Trillion) dalam acara Corporate Image Award 2020 “Indonesia’s Most Admired Companies” yang diselenggarakan oleh Majalah Marketing.

Dianugerahkan kepada PT Asuransi Allianz Life Indonesia sebagai:

1. Top 3 Financial Performance of Indonesia Best Insurance award 2020 with Assets above 30T, kategori Life Insurance
2. Top 3 Financial Performance of Indonesia Best Insurance award 2020 with Assets 1T-5T, kategori Life Sharia Insurance
3. Best CEO 2020 for Preserving Customer Engagement Through Digital Platform, kategori Life Insurance

dalam acara 7th Indonesia Best Insurance Award 2020 “Toward Resiliency, Sustainability and Continuity of The Insurance Sector” yang diselenggarakan oleh Warta Ekonomi.

Awarded to PT Asuransi Allianz Life Indonesia for Insurance Initiative of The Year – Indonesia in Insurance Asia Awards 2020 held by Insurance Asia.

Awarded to PT Asuransi Allianz Life Indonesia for Excellence in Building and Managing Corporate Image category Life Insurance (Asset >25 Trillion) in Corporate Image Award 2020 “Indonesia’s Most Admired Companies” held by Majalah Marketing.

Awarded to PT Asuransi Allianz Life Indonesia as:

1. Top 3 Financial Performance of Indonesia Best Insurance award 2020 with Assets above 30T, category Life Insurance
2. Top 3 Financial Performance of Indonesia Best Insurance award 2020 with Assets 1T-5T, category Life Sharia Insurance
3. Best CEO 2020 for Preserving Customer Engagement Through Digital Platform, category Life Insurance

in the 7th Indonesia Best Insurance Award 2020 “Toward Resiliency, Sustainability and Continuity of The Insurance Sector” held by Warta Ekonomi.

Penghargaan

Awards



44

Dianugerahkan kepada PT Asuransi Allianz Life Indonesia sebagai Silver Champion kategori Life Insurance dalam acara Indonesia Wow Brand 2020 yang diselenggarakan oleh MarkPlus, Inc.

Awarded to PT Asuransi Allianz Life Indonesia as Silver Champion category Life Insurance in Indonesia Wow Brand 2020 held by MarkPlus, Inc.

Dianugerahkan kepada PT Asuransi Allianz Life Indonesia sebagai Booth Terbaik kategori Industri Asuransi dalam acara Bulan Inklusi Keuangan 2020 yang diselenggarakan oleh Bulan Inklusi Keuangan (BIK).

Awarded to PT Asuransi Allianz Life Indonesia as the Best Booth in the Insurance Industry category in 2020 Financial Inclusion Month event organized by the Financial Inclusion Month (BIK).

Dianugerahkan kepada PT Asuransi Allianz Life Indonesia sebagai Best Life Insurance 2020 kategori Ekuitas Rp4 Triliun ke Atas dalam acara Insurance Award 2020 yang diselenggarakan oleh Media Asuransi.

Awarded to PT Asuransi Allianz Life Indonesia as Best Life Insurance 2020 category Equity above Rp4 Trillion in Insurance Award 2020 held by Media Asuransi.



Dianugerahkan kepada Allianz Indonesia untuk Inisiatif Tanggap Darurat Covid 19 – Program Actions Yayasan Allianz Peduli sektor Asuransi for The Excellent in Brand Among Iconomics CSR Award 2020 dalam acara Iconomics CSR Award 2020 yang diselenggarakan oleh Iconomics.

Awarded to Allianz Indonesia for COVID-19 Emergency Response Initiative – Yayasan Allianz Peduli ACTIONS Programme in the Insurance sector for the Excellent in Brand Among Iconomics CSR Award 2020 in the Iconomics CSR Award 2020 event organised by Iconomics.



Dianugerahkan kepada Ibu Cui Cui as The Best CFO in Financial Institution 2020 dalam acara The Finance Best CFO 2020 yang diselenggarakan oleh The Finance.

Awarded to Mrs. Cui Cui as The Best CFO in Financial Institution 2020 in The Finance Best CFO 2020 held by The Finance.



Dianugerahkan kepada Allianz Indonesia sebagai The Best Performing Life Insurance 2020 Berdasarkan Kinerja Keuangan 2017-2019 kategori Gross Premium di atas Rp5 Triliun dalam acara Top 20 Financial Institution 2020 yang diselenggarakan oleh The Finance.

Awarded to Allianz Indonesia for The Best Performing Life Insurance 2020 Based on Financial Performance 2017-2019 category Gross Premium above Rp5 Trillion in Top 20 Financial Institution 2020 held by The Finance.



Dianugerahkan kepada PT Asuransi Allianz Life Indonesia untuk Great Performing Brand in Social Media kategori Health Insurance dalam acara Social Media Award 2020 yang diselenggarakan oleh Majalah Marketing.

Awarded to PT Asuransi Allianz Life Indonesia for Great Performing Brand in Social Media category Health Insurance in Social Media Award 2020 held by Majalah Marketing.



Dianugerahkan kepada Allianz Life Syariah atas penghargaan Building a Popular Brand Based on Search Engine, Social Media and Website kategori Asuransi Jiwa Syariah dalam acara Indonesia Digital Popular Brand Award 2020 yang diselenggarakan oleh Infobrand.

Awarded to Allianz Life Syariah in Recognition of Building a Popular Brand Based on Search Engine, Social Media and Website category Sharia Life Insurance in Indonesia Digital Popular Brand Award 2020 held by Infobrand.

Kampanye Pemasaran & Branding

Branding & Marketing Campaigns

Selama 2020, terdapat 15 kampanye yang dilakukan guna meningkatkan kesadaran akan asuransi, penjualan dan penggunaan layanan digital Allianz di channel keagenan dan bancassurance. Salah satu kampanye yang paling berhasil adalah kampanye eAZy Cashback Platinum, di Rumah Aja dengan pencapaian hingga 136% per 31 Desember 2020.

In 2020, 15 campaigns were conducted to either increase awareness of insurance solutions, boost sales, and to expand the use of Allianz digital services on the agency and bancassurance channels. One of the most successful campaigns was the eAZy Cashback Platinum, di Rumah Aja, producing up to 136% as of December 31, 2020.

Kampanye ini bertujuan untuk memberikan kepastian akan perlindungan asuransi terbaik untuk Nasabah segmen Gold. Nasabah yang berada di segmen Gold dengan premi tahunan rata-rata Rp180 juta – Rp249 juta ditargetkan untuk di-upgrade menjadi Nasabah Platinum dengan minimum premi tahunan Rp250 juta. Selain hadiah langsung cashback hingga Rp10 juta, Nasabah juga dapat menikmati manfaat tambahan seperti medical check-up gratis setiap 2 (dua) tahun sekali, undangan untuk menghadiri event Platinum (seperti golf atau Platinum gathering) serta hadiah saat berulang tahun.

The purpose of the campaign was to ensure an adequate insurance coverage for the gold segment. These Customers in the Gold segment with an average annual premium of Rp180 million - Rp249 million were targeted to be upgraded to become Platinum Customers with a minimum annual premium of Rp250 million. In addition to direct cashback prizes up to Rp10 million, Customers could enjoy extra benefits such as free medical check-ups every 2 (two) years, invitation to Platinum events (such as golf, Platinum gathering), and birthday gifts.

Cashback for Platinum
Cashback for Platinum

eAZy CASHBACK PLATINUM, DI RUMAH AJA!
Periode: 1 Desember 2020 - 31 Januari 2021

CUSTOMER CAMPAIGN PROMO TELEMARKETING JIWA GARDA
23 Maret - 20 April 2020

Prevalensi Asuransi	Mis. Target	Hadiah (Rp/td)
800 nasabah perforce yang menjadi MyProtection JiwaGarda	Minimum Premi (Rp) 500.000,- pada periode program (tidak berlaku kreditasi)	e-voucher Goody senilai IDR 100.000,-

BAYARIN AJA PAKAI KARTU KREDIT!
Periode: 18 Maret - 19 Juni 2020

eAZy, DI RUMAH AJA PROMO AGEN
Periode: 1 Desember - 31 Desember 2020

TETAP TENANG ANDA BISA #PUNYAPOWER DENGAN 5 POWER HEALTH

Periode: 13 April - 30 Juni 2020

Dapatkan e-voucher belanja sampai dengan Rp2.000.000*
 Untuk Anda yang melengkapi 5 jenis produk atau Polis baru atau memelihara pols, 1 jenis produk atau Polis existing

1) Valid satu jenis produk kesehatan yaitu HC-PH, pertanggungans outdokter dan polis asuransi
 Informasi promo: www.allianz.co.id/5powerhealth

Extra Protection With The Luxury Gift Worth Rp20.000.000

Periode: 20 April - 30 Juni 2020

Dapatkan Voucher Belanja sampai dengan Rp20.000.000 untuk 70 orang pertama*

Premi Dasar Tahunan	Hadiah	Remarks
Rp100.000.000	Voucher Lantai Utama Rp20.000.000	Tambahan untuk 50 nasabah pertama
Rp75.000.000	Voucher Gudang Lantai 1 (Gudang Senusik Mall) Rp10.000.000	Tambahan untuk 20 nasabah pertama

Info: www.allianz.co.id/extraextra

MOST NOBLE AGENT

Periode: 1 Februari - 30 Desember 2020

1) Insuransi Allianz Life Indonesia
 2) Kesempatan mendapatkan 1 tambahan tiket ASN Premiere Club 2020 kategori Personal Production

Kriteria:
 1) Eligible sebagai pemenang ASN Premier Club kategori Personal Production
 2) Maksimum 50 New Income** selama periode program
 3) Produk: Individual Health, Individual Life termasuk produk Uang Duka dan Produk Allianz Utama

Informasi lebih lanjut:
 Produk Uang Duka: Risa.Jahid@allianz.com / Telp: 021-8422.8832
 Premi: Rita.Jaya@allianz.com

Alasan telah terdaftar pada dan diawasi OJK.

PROGRAM HNWI EARLY BIRD PROMO HANA BANK CAMPAIGN

Hadiah berlaku untuk pemegang polis yang membeli produk Allianz Wealthlink Prestige Life sesuai ketentuan di bawah.

Pemertuan 15 nasabah pertama dibentarkan berdasarkan tanggal polis issued. Jika dalam satu hari jumlah polis issued lebih dari satu orang, maka pemertuan 15 nasabah pertama akan dibentarkan tanggal submission.

FFR Nilai Premium	Cashback	Poin
> Rp1.500 juta / > Rp1.500 juta	10% (Rp150.000)	1 nasabah pertama
> Rp1.200 juta - < Rp1.500 juta / < Rp1.200 juta - < Rp1.500 juta	8% (Rp80.000)	10 nasabah pertama

FIRST LIFESHIELD EARLY BIRD PROMO

Periode program : 20 Februari - 30 Mei 2020

Dapatkan hadiah menarik khusus untuk 100 nasabah pertama yang membeli produk First Lifeshield

Min. Premi Dasar	Hadiah Voucher Traveloka
50.000.000,-	Rp1.2.000.000,-

SURPRISE PROMO 2020

Periode Program : 07 April - 29 Mei 2020 (Submit & Issued)

Dapatkan Cash Reward khusus untuk nasabah Allianz yang membeli produk Regular Premium Unit Link dan melakukan Top Up Single.

Promo Top Up Single	Hadiah* (Rp1000)
> Rp1.000 juta - < Rp1.250 juta / > Rp1.000 - < Rp1.250	375.000
> Rp1.250 juta - < Rp1.500 juta / > Rp1.250 - < Rp1.500	1.300.000
> Rp1.500 juta - < Rp1.750 juta / > Rp1.500 - < Rp1.750	1.900.000
> Rp1.750 juta - < Rp2.000 juta / > Rp1.750 - < Rp2.000	2.500.000
> Rp2.000 juta - < Rp2.250 juta / > Rp2.000 - < Rp2.250	3.100.000
> Rp2.250 juta - < Rp2.500 juta / > Rp2.250 - < Rp2.500	3.700.000
> Rp2.500 juta - < Rp2.750 juta / > Rp2.500 - < Rp2.750	4.300.000
> Rp2.750 juta - < Rp3.000 juta / > Rp2.750 - < Rp3.000	4.900.000
> Rp3.000 juta - < Rp3.250 juta / > Rp3.000 - < Rp3.250	5.500.000
> Rp3.250 juta - < Rp3.500 juta / > Rp3.250 - < Rp3.500	6.100.000
> Rp3.500 juta - < Rp3.750 juta / > Rp3.500 - < Rp3.750	6.700.000
> Rp3.750 juta - < Rp4.000 juta / > Rp3.750 - < Rp4.000	7.300.000
> Rp4.000 juta - < Rp4.250 juta / > Rp4.000 - < Rp4.250	7.900.000
> Rp4.250 juta - < Rp4.500 juta / > Rp4.250 - < Rp4.500	8.500.000
> Rp4.500 juta - < Rp4.750 juta / > Rp4.500 - < Rp4.750	9.100.000
> Rp4.750 juta - < Rp5.000 juta / > Rp4.750 - < Rp5.000	9.700.000

eAzy HEALTH PROTECTION

Beli Asuransi Kesehatan sekarang makin mudah, bisa secara digital via Discover. Dapatkan hadiah langsung di bawah ini tanpa diundi!

Periode: 12 Oktober - 31 Desember 2020

Produk	Premi Tahunan	Hadiah E-Voucher Tokopedia (Per Polis)
Smart Med Premier Maxi Violet	> Rp5.000.000 - Rp10.000.000	Rp250.000
	> Rp10.000.001 - Rp20.000.000	Rp500.000
	> Rp20.000.001	Rp1.250.000

Dapatkan tambahan Rp500.000 per polis untuk Anda yang juga membeli produk Regular Premium Unit Link di periode promosi!

Informasi lebih lanjut hubungi agen penjual Anda atau www.allianz.co.id/eazyhealth

SCAN BARCODE UNTUK MASUK KE WEBSITE

CUSTOMER GET CUSTOMER

Periode: 1 Desember - 31 Desember 2020

Referensi teman atau keluarga Anda untuk ikut membeli polis di Allianz* dari dapatkan hadiah di bawah ini:

Referensi Polis yang berhasil di beli	Hadiah
1	1 e-voucher Tokopedia Rp250.000,-
2	2 e-voucher Tokopedia Rp500.000,-
3	3 e-voucher Tokopedia Rp1.000.000,-
4	4 e-voucher Tokopedia Rp2.000.000,-
5	5 e-voucher Tokopedia Rp3.000.000,-

Tetapi Anda yang bisa mendapatkan hadiah, teman/keluarga Anda juga akan mendapatkan e-voucher Rp100.000 jika membeli polis di Allianz later

Sampulih, bongkar! Anda transferan, kirimkan banyak keserentahan Anda untuk mendapatkan hadiah!

KLIK DI SINI UNTUK MEMASUKKAN DATA REFERENSI

POWERUP

Meski situasi apapun tetap nyaman, pastikan #PunyaPower untuk lebih aman.

Bisa aman membeli pertanggungan yang hidup di situasi apapun menggunakan fitur yang penting, dengan pertanggungan opsi Uang Pertanggungan Raw Polis asuransi Anda saat terjadi dengan pertanggungan:

- 1) Uang Pertanggungan Raw Polis asuransi
- 2) Uang Pertanggungan Raw Polis asuransi
- 3) Uang Pertanggungan Raw Polis asuransi

Kalau genting, Program Restorasi Penggantian Peristiwa: 50% Uang Pertanggungan Raw Polis Anda untuk pemenuhan kesehatan sudah tersedia.

Anda juga bisa mendapatkan hadiah e-voucher Tokopedia sampai dengan Rp500.000 Periode: 1 Juni - 30 Oktober 2020

Informasi lebih lanjut www.allianz.co.id/5powerup atau hubungi Tenaga Pemasar Allianz Anda.

Kampanye Pemasaran & Branding

Branding & Marketing Campaigns

Power Up Campaign

Guna beradaptasi dengan pandemi COVID-19 di mana agen dan Nasabah tidak dapat bertatap muka, Allianz membuat program Power Up. Dilaksanakan pada Agustus hingga Oktober 2020, para Nasabah terpilih ditawarkan untuk menaikkan 50% Uang Pertanggungan tanpa *medical check-up* dan hanya cukup menandatangani surat penawaran secara digital.

Perusahaan juga mengadakan sejumlah kampanye digital seperti Allianz World Run 2020, #30MenitSehari bersama Rocca Space, #AwaliDenganKebaikan, I'm a Lifechanger, dan #eAZyDiRumahAja.

Power Up Campaign

To adapt to pandemic conditions where agents and Customers are unable to meet face to face, Allianz initiated the Power Up program. Held from August to October 2020, selected Customers were offered to increase 50% of their Sum Assured without performing medical check-up and simply sign the digital offer letter.

The Company also organized several digital campaigns, such as Allianz World Run 2020, #30MenitSehari bersama Rocca Space, #AwaliDenganKebaikan, I'm a Lifechanger, and #eAZyDiRumahAja.

48



Allianz World Run 2020

Allianz World Run merupakan bagian dari kegiatan karyawan Allianz di seluruh dunia. Di tahun 2020, kegiatan tahunan ini digelar secara *virtual* karena adanya pandemi dan peraturan *physical distancing*. Selama 90 hari pelaksanaannya sejak 8 Juli hingga 5 Oktober 2020, lebih dari 12 ribu Allianz Runner dari 95 negara di seluruh dunia termasuk Indonesia, mengumpulkan lebih dari 1 juta kilometer, serta 25 juta menit aktivitas olahraga lainnya yang diukur dengan menggunakan aplikasi Runtastic Fitness Tracker. Hasil dari kegiatan ini digunakan untuk membantu SOS Children's Villages di Rwanda, Zambia, Ethiopia, Uganda, dan Nigeria dalam memerangi perubahan iklim dan menghadapi COVID-19.

Allianz World Run 2020

The Allianz World Run is part of the Allianz employee activities around the world. For its 2020 edition, the annual event was held virtually due to pandemic and physical distancing measures. In 90 days, from July 8 to October 5, 2020, more than 12 thousand Allianz Runners from 95 countries, including Indonesia, collected more than 1 million kilometers, and 25 million minutes of other sport activities measured by using the Runtastic Fitness Tracker app. The outcome of these activities will be used to support the SOS Children's Villages in Rwanda, Zambia, Ethiopia, Uganda, and Nigeria in fighting the climate change and dealing with COVID-19.



#PunyaPower Olahraga di Rumah #30menitsehari

Kehadiran pandemi COVID-19 memberikan kesempatan untuk menumbuhkan kesadaran akan pentingnya kesehatan. Melalui kampanye #30MenitSehari, Allianz menunjukkan kepedulian terhadap kesehatan masyarakat dengan mendorong mereka untuk melakukan olahraga di rumah. Allianz membagikan banyak kelas latihan #30MenitSehari secara daring, terdiri dari berbagai latihan yang didampingi instruktur profesional, agar masyarakat dapat bergabung dalam latihan *virtual* serta menjaga kesehatan sembari berdiam di rumah.

Melalui kampanye ini, berbagai komunitas turut berkontribusi untuk membantu wiraswasta penyandang disabilitas yang terdampak oleh kondisi ekonomi saat ini, yaitu setiap *post* di media sosial dikonversikan menjadi donasi dari Yayasan Allianz Peduli (dengan total nilai Rp150 juta).

#PunyaPower Olahraga di Rumah #30menitsehari

The COVID-19 pandemic provides opportunities to increase awareness on health issues. Through the #30MenitSehari campaign, Allianz demonstrated its commitment for public health by encouraging people to commit to routine workouts at home. Allianz shared many #30MenitSehari workout classes online, consisting of various training and exercises assisted by professional instructors, so that people can join in with the virtual workout to stay healthy while staying at home.

Through this campaign, the community also contributed to helping entrepreneurs with disabilities affected by current economic conditions, as each post on social media was converted into a donation from Yayasan Allianz Peduli (with a total value of Rp150 million).

Kampanye Pemasaran & Branding

Branding & Marketing Campaigns

#AwaliDenganKebaikan

Allianz Syariah bekerjasama dengan PT Insight Investments Management mengajak masyarakat Indonesia untuk berbuat kebaikan dengan memberangkatkan 25 sosok sederhana yang menginspirasi untuk berangkat ibadah umroh. Dikarenakan para sosok sederhana ini berpenghasilan rendah, maka memenangkan perjalanan Umroh tidak terbayangkan oleh mereka. Kampanye #AwaliDenganKebaikan ini mengajak masyarakat untuk menceritakan sekaligus menominasikan sosok sederhana yang menginspirasi di sekitar mereka untuk pergi Umrah. Sebanyak 900 cerita yang menginspirasi berhasil terkumpul selama kampanye berlangsung.



#AwaliDenganKebaikan

Allianz Syariah partnered with PT Insight Investments Management to invite all Indonesians to share a kindness by sending 25 underprivileged yet inspirational individuals from their communities to Umrah. Since these inspirational individuals were earning minimum wages, winning an Umrah trip was beyond their wildest dream. This #AwaliDenganKebaikan campaign invited people to share a story and nominate their local inspirational individuals to become a candidate for the Umrah. During the campaign, approximately 900 inspiring stories were collected.

50

I'm a Lifechanger

Sejak 2018, Allianz secara proaktif mengajak semua orang untuk mampu menciptakan penghasilan sendiri melalui program *entrepreneurship*, I'm a Lifechanger. Program I'm a Lifechanger memberikan kesempatan kepada generasi milenial untuk menjadi panutan sebagai *insurance entrepreneur* yang sukses di antara sesamanya. Dengan demikian, model keagenan asuransi yang diadopsi oleh para milenial ini dapat diwariskan ke generasi selanjutnya.

Allianz berkomitmen untuk mendukung kesuksesan para Lifechangers. Para Lifechangers menginginkan fleksibilitas dan kecepatan pelayanan. Allianz menyediakan ekosistem digital kepada mereka, dari perekrutan pelanggan baru hingga pengalaman klaim, untuk membantu mereka mempercepat pertumbuhan bisnis. Lebih dari itu, melalui proses *mentorship*, para Lifechangers diberikan panduan lengkap dan berkelanjutan mengenai cara meraih kesuksesan oleh para mentor berpengalaman.



I'm a Lifechanger

Since 2018, Allianz has been proactively inviting everyone to join I'm a Lifechanger program. The I'm a Lifechanger program targets the millennial generation to give them an opportunity to become a role model as successful insurance entrepreneur amongst other Indonesians. The insurance agency model, adopted by millennials, can be passed on to their future generations this way.

Allianz is committed to support the success of the Lifechangers. The Lifechangers demand flexibility and speed in service. Allianz provides them a digital ecosystem, from new customer onboarding until the claim experience, to help accelerate their business growth. In addition, through the mentorship program, Lifechangers are provided with continuous guidance on how to achieve success from experienced mentors.

#eAZyDiRumahAja

Dalam rangka menyambut hari ulang tahun Allianz Life Indonesia pada 16 Agustus 2020 serta merayakan Hari Pelanggan Nasional, Allianz mengadakan berbagai program untuk mengapresiasi para Nasabah setia. Dengan mengusung tema #eAZyDiRumahAja, Allianz mengajak seluruh Nasabah untuk menggunakan layanan Allianz eAZy Connect untuk memeriksa manfaat polis asuransi maupun nilai investasinya secara daring, pengkinian data polis, maupun pengajuan klaim secara daring.



#eAZyDiRumahAja

To celebrate the anniversary of Allianz Life Indonesia on August 16, 2020 and National Customer Day, Allianz held various Customer Loyalty Programs. With the theme #eAZyDiRumahAja, Allianz invited Customers to experience Allianz eAZy Connect to check their policy benefits and investment values, policy data updates, and submit their health claims online.

Selain itu, Nasabah dapat menukar Allianz Smart Point, yang diperoleh dari setiap pembayaran premi dengan voucher belanja, voucher pulsa telepon dan hadiah menarik lainnya.

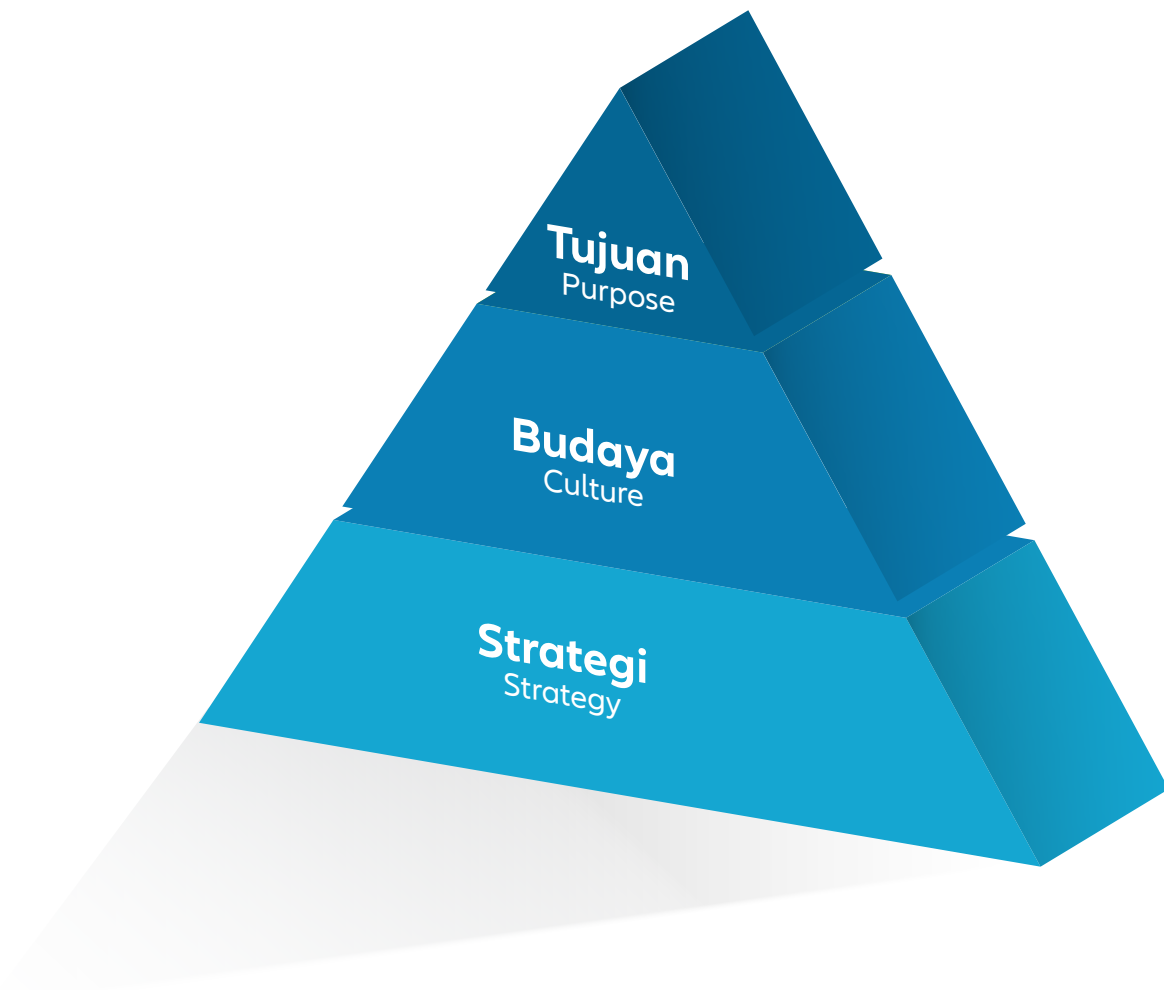
In addition, Customers could redeem their Allianz Smart Point reward points collected from each premium payment, which could be exchanged for shopping vouchers, phone credit vouchers, and other attractive prizes.



Tujuan, Strategi & Budaya

Purpose,
Strategy
& Culture

52



Tujuan | Purpose

We Secure Your Future

Masa Depan Anda Aman Bersama Kami

Inilah landasan dari semua yang kami lakukan di Perusahaan kami. Setiap hari kami berkomitmen untuk melindungi masa depan orang-orang yang kami cintai, yaitu para Nasabah dan komunitas kami. Komitmen ini telah tertanam dan sudah menjadi kepribadian Perusahaan kami.

This is why we do what we do. Every day we commit ourselves to secure the future of our loved ones, our Customers and our communities. This is embedded in our personal and in our Company DNA.

Budaya | Culture

Trust, Care, eAZy

Percaya, Peduli, eAZy

Budaya Allianz Indonesia adalah Trust, Care & eAZy. Tiga kata ini merangkum cara kami bekerja dan bagaimana kami memperlakukan Nasabah, kolega, mitra dan komunitas kami. Kami mengingatkan diri kami dengan hashtag #happylifemadeeasy agar dapat menyederhanakan cara kami melayani secara berkelanjutan untuk menciptakan kebahagiaan.

Allianz Indonesia's culture are Trust, Care & eAZy. These three words summarizes the way we work together and how we treat our Customers, colleagues, partners and communities. We remind ourselves with hashtag #happylifemadeeasy to continuously simplify the way we deliver our services to create happiness.

Strategi | Strategy

Growth

Pertumbuhan

Kami mengungguli pasar dengan memastikan pertumbuhan yang signifikan dan **memberikan perlindungan asuransi kepada lebih banyak orang.**

We outperform the market by ensuring double digit growth and **insuring more people.**

Quality

Kualitas

Kami berkomitmen pada standar kualitas tertinggi dan selalu menyeimbangkan kembali berbagai Produk, Investasi, dan Distribusi kami demi memaksimalkan kualitas seluruh produk kami.

We commit to the highest quality standards and always rebalance our Product, Investment, and Distribution mix to maximize value creation.

Experience

Pengalaman

Kami selalu bertransformasi dan berinovasi dalam proses dan sistem kinerja kami demi memenuhi keinginan dan memberikan pengalaman unik bagi para Nasabah, distributor dan karyawan.

We transform and innovate our processes and systems to deliver unique experiences for our Customers, distributors and employees.

Profil Dewan Komisaris

Board of Commissioners Profile



Aaron Mitchell Fryer

Komisaris Utama
President Commissioner
Warga Negara Australia
Australian Citizen

Menjabat sebagai Komisari pada Oktober 2019. Sebelumnya menjabat sebagai *Regional Chief Finance Officer* di Allianz SE cabang Singapura. Mempunyai sepak terjang yang handal di industri asuransi dengan mengambil peran kepemimpinan di berbagai Perusahaan, seperti Prudential Life Assurance Indonesia, Prudential Vietnam Assurance, PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia, Manulife Financial (Singapura), dan ING Australia. Beliau mendapatkan gelar Sarjana Teknik (*Honours*) dari Newcastle University, Australia.

Appointed as President Commissioner on October 2019. Previously, he was the Regional Chief Finance Officer at Allianz SE, Singapore branch. His career in the insurance industry includes taking leadership roles in various companies in different countries, such as Prudential Life Assurance Indonesia, Prudential Vietnam Assurance, PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia, Manulife Financial (Singapore), and ING Australia. He holds a Bachelor Engineering (Honours) from Newcastle University, Australia.



Arif Firman

Komisaris Independen
Independent Commissioner
Warga Negara Indonesia
Indonesian Citizen

Menjabat sebagai Komisaris Independen pada November 2007. Sebelumnya pernah bekerja di Central Asia, Maskapai Reasuransi Indonesia, Asuransi Wuwungan, dan Allianz Utama Indonesia. Jabatan terakhir sebelum pengangkatannya adalah sebagai Direktur di Asuransi Central Asia. Beliau lulus dari Fachhochschule Köln, Jerman, pada tahun 1977.

Appointed as Independent Commissioner on November 2007. Previously, he worked at Central Asia, Maskapai Reasuransi Indonesia, Asuransi Wuwungan, and Allianz Utama Indonesia. His last position prior to his appointment was as Director of Asuransi Central Asia. He graduated from Fachhochschule Köln, Germany, in 1977.



Ahmad Junaedy Ganie

Komisaris Independen
Independent Commissioner
Warga Negara Indonesia
Indonesian Citizen

Menjabat sebagai Komisaris Independen pada April 2015. Sebelumnya pernah bekerja di Asuransi AIG Indonesia, Asuransi Cigna, dan AON Indonesia. Saat ini beliau juga menjabat sebagai Komisaris Independen di Asuransi Allianz Utama Indonesia. Jabatan terakhirnya sebelum diangkat sebagai Komisaris Independend Perusahaan adalah sebagai Direktur di BNI Life Insurance. Beliau lulus dari Universitas Padjajaran di bidang Hukum Bisnis dengan gelar Magister dan Doktor masing-masing pada tahun 2006 dan 2009.

Appointed as Independent Commissioner on April 2015. Previously, he worked at Asuransi AIG Indonesia, Asuransi Cigna, and AON Indonesia. Currently, he also serves as Independent Commissioner at Asuransi Allianz Utama Indonesia. His last position prior to his appointment was as Director of BNI Life Insurance. He graduated with a Master's degree and Doctorate in Business Law from Universitas Padjajaran, in 2006 and 2009, respectively.

Dewan Direksi

Board of
Directors



Karin Alkrina Zulkarnaen
Director



Jan-Joris Louwerier
President Director



Cui Cui
Director



Bianto Surodjo
Director



Hasinah Jusuf
Director



Todd Robert Swihart
Director

Profil Direksi

Board of Directors Profile



Jan-Joris Louwerier
Direktur Utama
President Director
Warga Negara Belanda
Dutch Citizen

Menjabat sebagai Direktur Utama pada tahun 2017. Sebelum bergabung dengan Allianz Group pada tahun 2013, beliau pernah bekerja di ING Group dan Postbank, dengan posisi terakhir sebagai *President & Chief Executive Officer* Allianz Life Korea. Beliau meraih gelar Sarjana Ilmu Politik dari Universitas Amsterdam, dan meraih gelar *Master of Business Administration* dari UCLA Anderson, Los Angeles and National University of Singapore.

Appointed as President Director in 2017. Prior to joining Allianz Group in 2013, he had worked at the ING Group and Postbank, with his last position as *President & Chief Executive Officer* of Allianz Life Korea. He graduated with a Political Science degree from Amsterdam University, and with a *Master of Business Administration* degree from UCLA Anderson, Los Angeles and National University of Singapore.



Bianto Surodjo
Direktur
Director
Warga Negara Indonesia
Indonesian Citizen

Menjabat sebagai Direktur pada Maret 2019. Sebelumnya, beliau menjabat berbagai posisi di sejumlah Perusahaan, di antaranya sebagai Direktur yang membawahi Perbankan Ritel di Permata Bank (2013-2018); *Head of Retail Liabilities, Wealth Management & e-Channel* di Permata Bank (2010-2013); dan *Head of Premier & Wealth Management* di Barclays Bank (2009-2010). Meraih gelar Sarjana Teknik Kimia dari Institut Teknologi Bandung.

Appointed as Director on March 2019. Previously, he held various positions at a number of corporations, among them as Director, in charge of Retail Banking, Permata Bank (2013-2018); *Head of Retail Liabilities, Wealth Management & e-Channel*, Permata Bank (2010-2013); and *Head of Premier & Wealth Management*, Barclays Bank (2009-2010). He holds a Chemical Engineering degree from Bandung Institute of Technology.



Todd Robert Swihart
Direktur
Director
Warga Negara Amerika Serikat
US Citizen

Menjabat sebagai Direktur pada tahun 2010. Sebelum bergabung dengan Allianz Group pada tahun 2001, beliau pernah bekerja di John Hancock Mutual Insurance Company, dengan posisi terakhir sebagai *Regional Manager, Operations* di Allianz Insurance Management, Singapura. Ia lulus dari University of Minnesota, Minneapolis, AS, pada tahun 1993, dan dari Metropolitan State University, St. Paul, AS, pada tahun 2005. Beliau mengundurkan diri efektif pada 1 Januari 2021.

Appointed as Director in 2010. Prior to joining Allianz Group in 2001, he had worked at John Hancock Mutual Insurance Company, with his last position as *Regional Manager, Operations* at Allianz Insurance Management, Singapore. He graduated from University of Minnesota, Minneapolis, US, in 1993, and from Metropolitan State University, St. Paul, US, in 2005. He effectively resigned as of January 1st, 2021.



Karin Alkrina Zulkarnaen

Direktur
Director

Warga Negara Indonesia
Indonesian Citizen

Menjabat sebagai Direktur pada 29 Juli 2019. Sebelumnya pernah menjabat sebagai *Head of Central Sales Services* di PT Asuransi Allianz Life Indonesia; *Head of Market Management* di PT Asuransi Allianz Life Indonesia; *Sales Development Head* di Bank OCBC NISP. Beliau meraih gelar *Bachelor of Science (Hons)* di bidang Psikologi dari University of Warwick, Inggris; *Master of Science* dalam Hubungan Industrial & Manajemen Personalia dari London School of Economics, Inggris; dan Diploma Pascasarjana Pemasaran dari Chartered Institute of Marketing, Inggris.

Appointed as Director on July 29, 2019. Previously, she was Head of Central Sales Services, PT Asuransi Allianz Life Indonesia, Head of Market Management, PT Asuransi Allianz Life Indonesia. Her portfolio also includes working as Sales Development Head, Bank OCBC NISP. She holds a Bachelor of Science (Hons) in Psychology from the University of Warwick, UK; Master of Science in Industrial Relations & Personnel Management, London School of Economics, UK; and Postgraduate Diploma in Marketing, Chartered Institute of Marketing, UK.



Hasinah Jusuf

Direktur
Director

Warga Negara Indonesia
Indonesian Citizen

Menjabat sebagai Direktur pada 13 April 2018. Beliau telah memiliki pengalaman lebih dari satu dekade di industri asuransi. Sebelum bergabung dengan Allianz Life Indonesia, beliau menempati berbagai posisi kepemimpinan di PT Tokio Marine Life Insurance Indonesia, PT Avrist Assurance, dan PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia. Beliau meraih gelar Sarjana Hukum dari Universitas Trisakti. Beliau bekerja di PT Manulife Aset Manajemen Indonesia serta meraih gelar Master Lex Legibus Master (LLM) di Erasmus University, Belanda serta gelar profesional *Certified Compliance and Ethic Professional-International (CCEP-I)*.

Appointed as Director on April 13, 2018. She has had over a decade of experience in the insurance industry. Prior to joining Allianz Life Indonesia, she took various leadership positions at PT Tokio Marine Life Insurance Indonesia, PT Avrist Assurance, and PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia. She holds a Bachelor's degree in Law from the University of Trisakti. She once worked at PT Manulife Indonesia and received Master's Degree of Lex Legibus Master (LLM) at Erasmus University, Netherlands. She also received professional degree in Certified Compliance and Ethic Professional-International (CCEP-I).



Cui Cui

Direktur
Director

Warga Negara Amerika Serikat
US Citizen

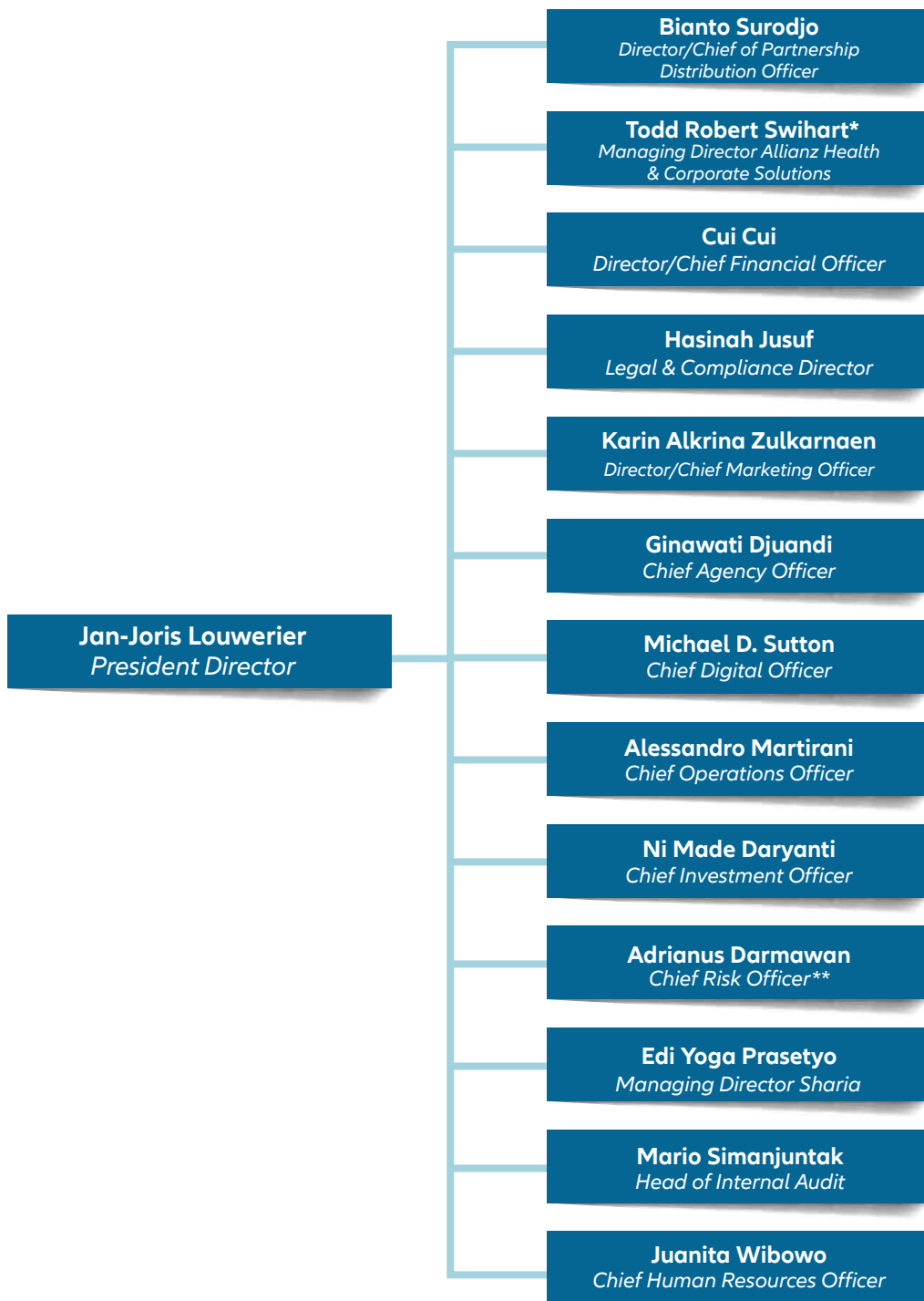
Menjabat menjadi Direktur pada 1 Januari 2020 sebagai *Chief Financial Officer*. Beliau memiliki lebih dari 18 tahun pengalaman yang profesional, 12 tahun di antaranya adalah di bidang asuransi. Sebelum bergabung dengan Perusahaan, beliau bekerja sebagai *Regional Head of Finance* untuk Allianz Asia Pacific, bertanggungjawab di Fungsi Akunting, Pengendalian dan Biaya. Sebelum bergabung dengan Allianz pada 2016, beliau dipercaya untuk mengemban sejumlah jabatan kepemimpinan di Zurich Insurance Group (Swiss), Singapura dan Hong Kong dalam bidang Keuangan, Operasional dan Strategi. Beliau memiliki gelar Master bidang Keuangan dari University of St. Gallen di Swiss dan gelar Master yang kedua dari Marquette University, Amerika Serikat. Beliau juga memiliki sertifikasi *Chartered Management Accountant (ACMA, CGMA)*.

Appointed as Director on January 1, 2020 in charge as Chief Financial Officer. Cui Cui has over 18 years of professional experience, 12 of which in the insurance industry. Prior to joining with the Company, Cui is working as the Regional Head of Finance for Allianz Asia Pacific responsible for the Accounting, Controlling and Expenses functions. Before joining Allianz in 2016, Cui Cui held various leadership roles in Zurich Insurance Group in Switzerland, Singapore and Hong Kong in Finance, Operations and Strategy. Cui Cui has a Master's degree in Finance from University of St. Gallen in Switzerland and 2nd Master's degree from Marquette University in the US. She is a Chartered Management Accountant (ACMA, CGMA).

Struktur Organisasi

Organization Structure

60



* Mengundurkan diri efektif pada 1 Januari 2021
Effectively resigned as of January 1, 2021

** Per 1 January 2021, Chief Risk Officer melapor kepada Chief Financial Officer
As of January 1, 2021, the Chief Risk Officer answers to Chief Financial Officer.

Manajemen Allianz Life Indonesia

Profil Perusahaan | Company Profile

Allianz Life Indonesia Management



Juanita Wibowo

Chief Human Resources Officer



Alessandro Martirani

Chief Operations Officer



Ni Made Daryanti

Chief Investment Officer



Ginawati Djuandi

Chief Agency Officer



Edi Yoga Prasetyo

Managing Director Sharia



Michael D. Sutton

Chief Digital Officer



Mario Opal Simanjuntak

Head of Internal Audit

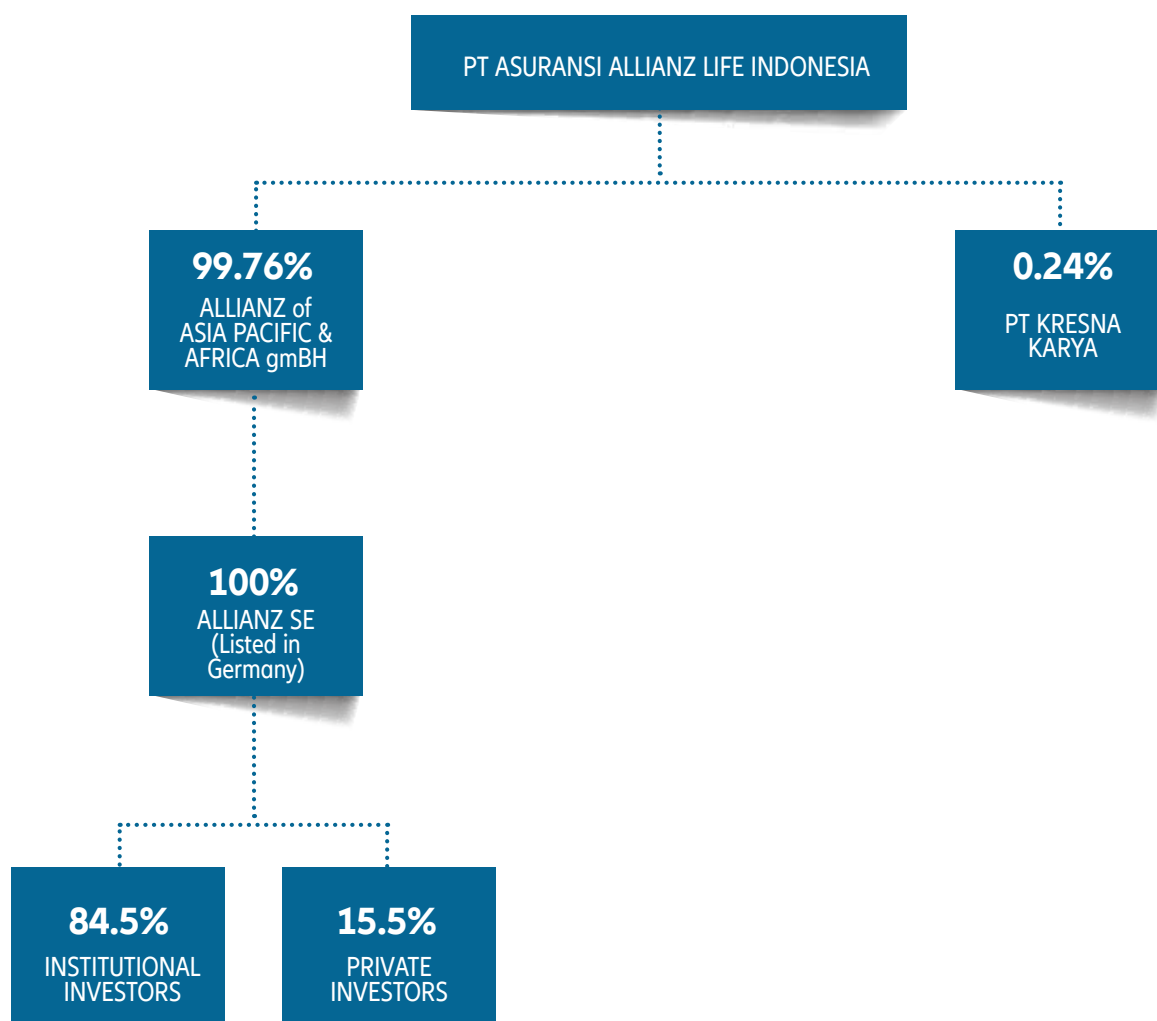


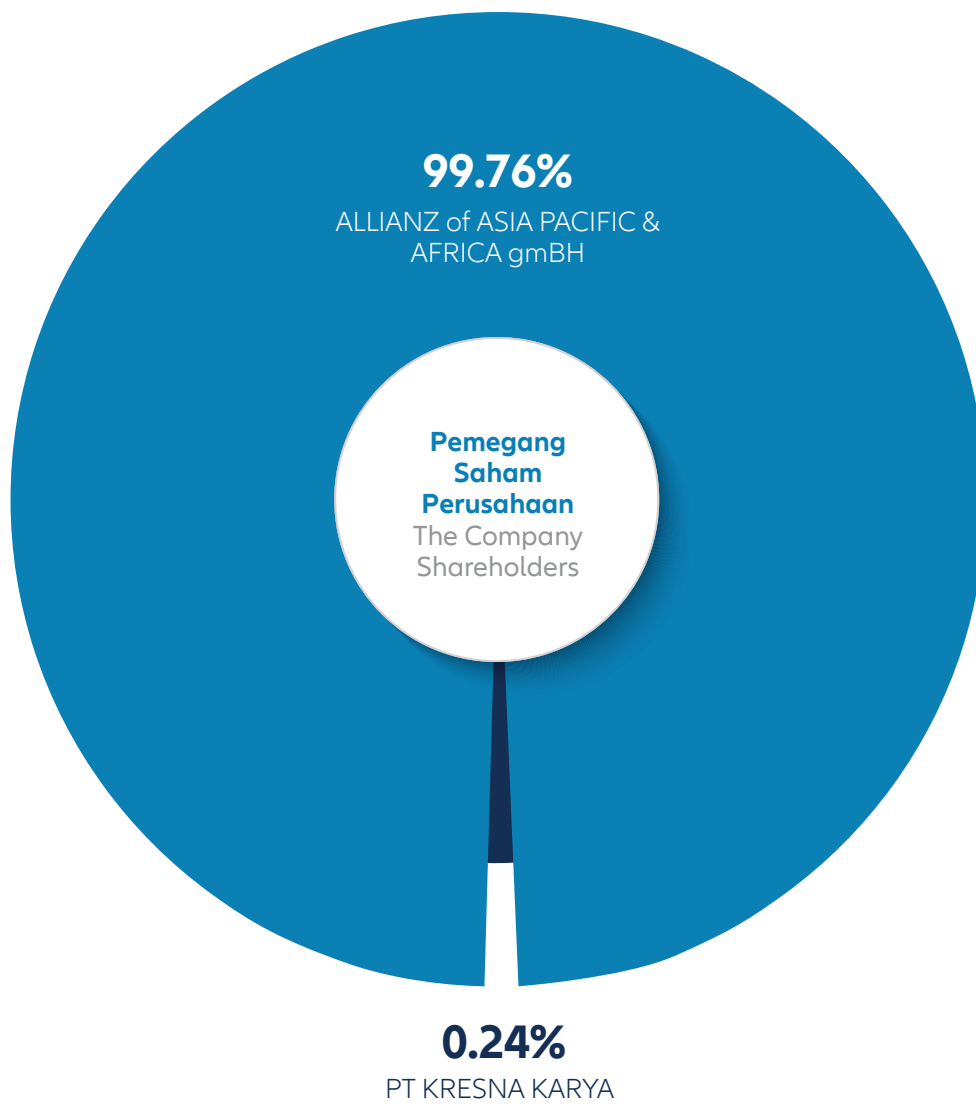
Adrianus Darmawan

Chief Risk Officer

Pemegang Saham

Shareholders





Tidak ada saham Perusahaan yang diperdagangkan di bursa.
No shares of the Company are traded in the stock exchange.

Kantor Cabang & Jaringan Pemasaran

Branch Offices & Marketing Network

64



KANTOR PUSAT HEAD OFFICE

PT Asuransi Allianz Life Indonesia

World Trade Center 3
Jl. Jenderal Sudirman Kav. 29-31
Jakarta Selatan - 12920
Allianz Care : 1500 136
Allianz Care Sharia : 1500 139
Fax : +62 21 2926 8888
e-Mail : contactus@allianz.co.id

ALLIANZ CENTER

JAKARTA

World Trade Center 3
Jl. Jenderal Sudirman Kav. 29-31
Jakarta Selatan - 12920

BANDUNG

Wisma CIMB Niaga Lt. 7
Jl. Gatot Subroto No. 2
Simpang Lima, Bandung 40262
Telp. 022 7308889
Fax. 022 7331889

DENPASAR

Jl. Raya Puputan No. 122 D, Renon,
Denpasar 80239
Telp. 0361 239788
Fax. 0361 226223, 32

MEDAN

Forum Nine Lt. 6
Jl. Imam Bonjol No. 9
Medan 20112
Telp. 061 888 166 78

SURABAYA

Gedung Graha Pacific Lt. 1
Jl. Basuki Rahmat 87-91
Surabaya 60271
Telp. 031 5357997
Fax. 031 5474848

CUSTOMER SERVICE POINTS KANTOR LAYANAN Nasabah

BALI

Jl. Jend. Sudirman No. 43 Banyuasri
(sebelah barat patung Bima)
Singaraja, Bali
Telp. 0362 24667

Jl. Bypass Dharmagiri No. 88**
Gianyar, Bali
Telp. 0361 216 2201

BALIKPAPAN

Grand Sudirman Lt. 12,
Jl. Jend. Sudirman,
Balikpapan, Kalimantan Timur 76113
Telp. 0542 7219798

BATAM

Komp. Ruko The Summer Blok A2 No. 6 - 8.
Batam Center
Telp. 0778 4809308

JAYAPURA

Ruko Pasifik Permai Dok II Blok H-9
Jayapura, Papua 99112
Telp. 0967 524 333

JEMBER*

Jl. KH. Ahmad Sidiq No. 83-85
Jember, Jawa Timur
Telp. 0331 481 940

KUPANG*

Jl. Veteran No. 15, Depan Dinas Peternakan,
Kupang, Nusa Tenggara Timur
Telp. 0380 828 892

LAMPUNG

Jl. Diponegoro No. 160 D-E, Tanjung Karang Pusat,
Bandar Lampung, Lampung
Telp. 0721 560 2688

MAKASSAR

Jl. Sungai Sadding Lama No. 23B,
Depan RS Elim
Makassar, Sulawesi Selatan
Telp. 0411 363 9386

MALANG*

Jl. S. Priyo Sudarmo No. 60
Malang, Jawa Timur
Telp. 0341 470 236

MANADO

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

MATARAM

Jl. Selaparang No. 67 BC Cakranegara,
Mataram, Nusa Tenggara Barat
Telp. 0370 624 137

PADANG

Jl. H. Agus Salim No. 7 A,
Sawahjan/Tarandam
Padang Timur, Padang 25121
Telp. 0751 4488752

SEMARANG

Mal Ciputra Ruko No. 12A
Semarang, Jawa Tengah 50134
Telp. 024 845 0294

- * Tutup per 1 Februari 2021
Closed as of February 1, 2021
- ** Tutup per 1 Mei 2021
Closed as of May 1, 2021

INDEPENDENT MARKETING OFFICES KANTOR PEMASARAN MANDIRI

JAKARTA

- Pondok Indah Office Tower 2, 1st Fl., Suite 103
Jl. Sultan Iskandar Muda Kav. V-TA
Pondok Indah 12310 Jakarta
Telp. 021 75922990
- Pondok Indah Plaza II BA/34
Jl. Metro Pondok Indah
Jakarta Selatan 12310
Telp. 021 7500255
- Allianz Tower Lt. 18A, B Jl. HR. Rasuna Said
Kawasan Kuningan Persada Super Blok 2 Jakarta
Telp. 021 29079700
- Allianz Tower Lt. 18C Jl. HR. Rasuna Said
Kawasan Kuningan Persada Super Blok 2 Jakarta
Telp. 021 29079800

- Allianz Tower Lt. 18D Jl. HR. Rasuna Said
Kawasan Kuningan Persada Super Blok 2
Jakarta
Telp. 021 29079651
Fax: 021-29079650
- Allianz Tower Lt. 21A Jl. HR. Rasuna Said
Kawasan Kuningan Persada Super Blok 2 Jakarta
Telp. 021-29079625
- Allianz Tower Lt. 23D Jl. HR. Rasuna Said
Kawasan Kuningan Persada Super Blok 2 Jakarta
Telp. 021-29079726
- Graha Mustika Ratu Lt. 6
Jl. Gatot Subroto Kav. 74 -75 Jakarta
Telp. 021 8306530
Fax. 021 8306540

- Graha Mustika Ratu
Jl. Gatot Subroto Kav 74-75
Telp. 021-83708906
Fax. 021-83708907
- Gedung Neo SOHO Lantai 18.
Jl. Jend. S. Parman Kav. 28
Tanjung Duren Selatan Grogol Petamburan,
Jakarta Barat 11470
Telp. 021 29181399
- APL Tower Podomoro City
Agung Podomoro Land
Tower Low Zone OT/II/T1
Jl. Letjen S Parman Kav.28
Jakarta Barat
Telp. 021-293394703

Kantor Cabang & Jaringan Pemasaran

Branch Offices & Marketing Network

AMBON

Jl. Said Perintah No. 55C
Ambon Maluku 97127
Telp. 0911 3823961

BALI

- Jl. Tantular Barat No. 11X Renon,
Denpasar Bali 80234
Telp. 0361 234981
- Pertokoan Imam Bonjol Square Aa 23
Jl. Imam Bonjol 555
Denpasar Bali 80117
Telp. 0361 7970192
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 / 0361-757458

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

BALIKPAPAN

- Gedung Grand Sudirman Lt. 12
Jl. Jend. Sudirman No. 07 Balikpapan 76113
Telp. 0542 72197898 / 8066029
- Jl. Ruhui Rahayu No. 143
Kel. Gn. Bahagia, Kec. Bpn Selatan
Balikpapan Kaltim 76114
Telp. 0542 8514218
- Yos Sudarso II
Thomas Square
Bandung 75611
Telp. 0813 5005 9840

BANDUNG

- Wisma Cimb Niaga Lt. 9
Jl. Gatot Subroto No. 2 Simpang Lima
Bandung Jabar 40262
Telp. 022 7331888
Fax. 022 7331888
- Jl. Lombok No. 10
Bandung 40113
Telp. 022 4211204
Fax. 022 4211204

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

Ruko The Summer Blok A2 No. 6-8
Jl. Raja Isa Batam Center, Batam 29411
Telp. 0778 472566

BEKASI

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

BERAU

Jl. Teuku Umar RT09
Tanjung Redeb

BOGOR

- Jl. Raya Pajajaran No.96 F Rt.02/03
Kel. Bantarjati Kec. Bogor Utara
Jawa Barat 16153
- Gedung Ditta Lt. 2
Jl. Raya Pajajaran No. 29, Bogor 16143
Telp. 0251 8345365, 66
Fax. 0251 8345364
- Siliwangi No. 8 RT 04/05
Kel. Cikole Kec. Cikole
Sukabumi 43113
Telp. 0266 6220380

BONTANG

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

GORONTALO

Jl. Sultan Botutihe, Komp. Ruko Mall Blok A/8
Gorontalo 96112
Telp. 0435 830509

JAMBI

Jl. HMO Bafadhal RT 02,
Kel. Cempaka Putih, Kec. Jelutung, Jambi 36137
Telp. 0741 3065751

JAYAPURA

Kompleks Ruko Pasifik Permai
Telp. 0967-523888

KARAWANG

Ruko Arcadia Blok D No. 10,
Jl. Galuh Mas Raya, Karawang
Telp. +62859 2600 0269

KEDIRI

Jl. MH Thamrin No. 90

LAMPUNG

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

MADIUN

Ruko Mars
Jl. Biliton Madiun, RT 27 RW 07
Madiun 63122
Telp. 0828 9405 7056

MAKASSAR

Jl. Sungai Saddang Lama No. 23 A, RT B/RW 03,
Kel. Maradekaya Selatan, Kec. Makassar 90141
Makassar, Sulawesi Selatan
Telp. 0411 3612462

MALAKA

Jl. Veteran No. 15
Telp. 0380 828891/92

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
- Ruko Taman Niaga A11 Jl. Soekarno-Hatta 36,
Kel. Jatimulyo, Kec. Lowokwaru, Malang 65141
Telp. 0341 403063, 403064, 404339
- Jalan S. Priyo Sudarmo No.60 RT/ RW 05/12,
Kel. Purwantoro, Kec. Blimbing,
Malang, Jawa Timur
Telp. 0341 470236

MANADO

Jl. Pierre Tendean Boulevard,
Komp. Ruko Mega Bright Blok 1E No. 12,
Manado, Sulawesi Utara
Telp. 0431 8881299

MANOKWARI

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

MATARAM

Jl. Selaparang No. 67
Telp. 0370 624137 / 627096

MERAUKE

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

MEDAN

- Kompleks Megaland
Jl. Sangnawuluh Blok A No. 3A-5
Pematang Siantar, Medan
Sumatera Utara 21139
- Jl. Ahmad Yani Komplek Premiere Resident
No. 88 Gg, Lubuk Pakam
Deli Serdang, Sumatera Utara
- Gedung Universitas Sutomo Lt. 2
Jl. Sutomo Ujung No. 28
Medan 20235
Telp. 061 6635335
Fax. 061 6635331
- Kompleks Jati Junction No. PS 5 – PS 5A
Jl. Perintis Kemerdekaan, Medan
Telp. 061 7338 1043, 8881 4078
- Jl. Pangeran Ponegoro No. 18

PADANG

- Jl. Veteran No. 23A
- Jl. H. Agus Salim 7a, Rt. 003/Rw.001
Kel. Sawahan Kec. Padang Timur
Padang, Sumatera Barat 25121
Telp. 0751 4488751

PADANG SIDIMPUAN

Komplek City Walk Blok B No. 19,
Kel. Kantin, Kec. Padang Sidimpuan Utara,
Kota Padang Sidimpuan
Telp. 0634 4538626

PALANGKARAYA

Jl. Ahmad Yani No. 01 Kel. Langkai
Kec. Pahandut Palangkaraya
Kalteng 74874

PANGKAL BUN

- Jl. A. Yani KM 1, RT 12 RW IV
Kel. Baru, Kec. Arut Selatan
Kabupaten Kota Waingin Barat
- Jalan Utama Pasir Panjang No. 10
RT10 Ds Pasir Panjang

PANGKAL PINANG

Jl. Soekarno Hatta No. 13 RT 007 RW 003
Kel. Bukit Besar, Kec. Girimaya, Pangkal Pinang
Telp. 0717-432499

PEKANBARU

Jl. T. Tambusai Ujung, Komplek 20 Ruko No. 10-
11 Kel. Labuh Baru Barat, Kec. Payung Sekaki
Pekanbaru 28292

PONTIANAK

Komplek Ruko Mega Mall Blok G No 18
Jl. A Yani 1 Pontianak, Kalbar 78121
Telp. 0561 761167

PROBOLINGGO

- Jl. KH. Abdul Hamid No. 962, RT 03 RW 04
Kel. Kebonsari Kulon, Kec. Kanigaran,
Probolinggo 67214
Telp. 0335 425637
- Jl. A. Yani No. 70C, Kel. Mayangan,
Kec. Mangunharjo, Probolinggo
Telp. 0335 4494264

PURWAKARTA

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

SALATIGA

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

SAMARINDA

Jl. Bukit Alaya Ruko Blok Le No. 20
Kel. Sungai Pinang Dalam Rt. 70
Kec. Sungai Pinang
Samarinda 75243
Telp. 0541 2833776

SEMARANG

- Mal Ciputra Ruko No.12 A
Semarang Jateng 50134
Telp. 024 8415639
- Ruko Robin,
Komplek Royal Office Building No. 8-B.
Jl. Maduroko Semarang
Telp. 024 76631791/024 76631792

SIDOARJO

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

SINGARAJA

Jl. Jendral Sudirman No. 43
Singaraja, Bali
Telp. 0362 24667

SOLO

Ruko Loji Gandrung
Jl. Slamet Riyadi No. 259 Blok A1 dan 2
RT01/03 Kel. Penumping, Kec. Laweyan

SUKABUMI

Jl. Siliwangi No. 80 RT04/05
Kel. Cikole, Kec. Cikole
Sukabumi

SUMEDANG

Jl. Pangeran Sugih No. 9 (Ragadiem)
By Pass Sumedang, Jawa Barat

SURABAYA

- Gedung Graha Pacific
Jl. Basuki Rahmad 87-91 Lt. 3, Surabaya 60971
Telp. 031 5472277
Fax. 031 5474848
- The Peak Lt. 19 - 8 Pakuwon Center (Tp5)
Surabaya Jatim
Telp. 031 99246677

SURAKARTA

Jl. Dr. Radjiman No. 531B, RT01/1
Kel. Laweyan, Kec. Laweyan
Surakarta

TABANAN

Jl. By Pass Ir. Soekarno
Kec. Br. Gerokgak Tabanan Bali 81155

TENGGARONG

Jl. Poros Km 1

TERNATE

Jl. Hasan Esa, Ternate Tengah (Blok A)
Kel. Takoma, Ternate Maluku 97714

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 (TangCity)
Blok B 23 Jl. Jend. Sudirman No 1
Tangerang 15117
Telp. 021 29239718
Fax. 021 29239719

TANJUNG PINANG

Jl. DI Panjaitan KM7 No. 88C
Kel. Kampung Melayu Kota Piring, Tanjung Pinang
Telp. 0771 8081020, 8081015, 8081320

TARAKAN

Kompleks THM Blok E No. 2,
Kel. Karangbalik, Kec. Tarakan Barat,
Tarakan 77134
Telp. 0551 51898
Fax. 0551 51898

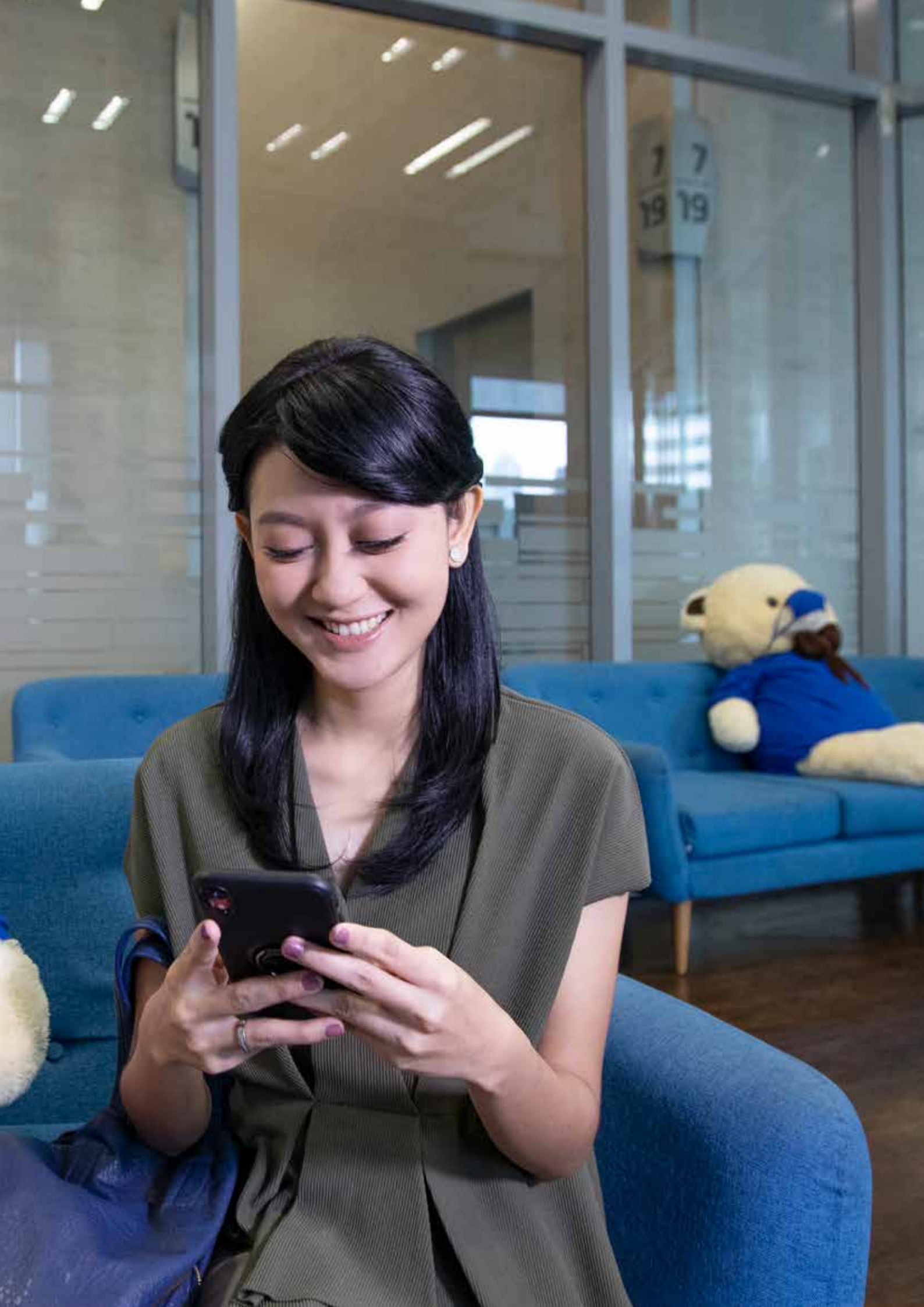
YOGYAKARTA

Ruko Rafflesia Babarsari II Kav. M,
Babarsari, Sleman, Yogyakarta
Telp. 0274-7196909



Allianz





Pelayanan Nasabah

Services to Customers

Pelayanan Nasabah

Kunci pertumbuhan Allianz berakar pada kepercayaan dan kesetiaan para Nasabah. Oleh karena itu, Perusahaan senantiasa memprioritaskan kualitas produk dan jasa secara optimal, serta memastikan bahwa setiap Nasabah memperoleh pelayanan yang tulus dan profesional.

Perusahaan terus beradaptasi dan berevolusi melalui berbagai pengembangan yang inovatif. Kami terus berupaya untuk memahami kebutuhan Nasabah dan menyediakan solusi-solusi perlindungan terbaik, agar setiap Nasabah mampu memiliki hidup yang berkualitas.

Services to Customers

The key to Allianz's growth is rooted in the trust and loyalty of its Customers. Therefore, the Company always prioritizes the quality of products and services to ensure that every Customer receives genuine and professional services.

The Company continues to adapt and evolve through various innovative developments. We continue to strive to understand Customer's needs and provide the best protection solutions, helping Customers to improve their quality of life.



Allianz Discover

Allianz Discover memungkinkan agen kami untuk mendiskusikan kebutuhan asuransi Nasabah dan membuat ilustrasi produk. Diluncurkan pertama kali pada 2015, Allianz Discover terus bertransformasi berdasarkan rekomendasi para Agen untuk dapat memberikan akses yang lebih mudah saat Nasabah mengajukan aplikasi.

Dengan fitur ini, dalam 5 (lima) menit Nasabah dapat langsung memperoleh perlindungan setelah mengirimkan data secara *online* dan memilih polisnya dikirim melalui email. Untuk mendukung fungsi Allianz Discover, kami juga memiliki *Expert Underwriting System (EUS)*. Kehadiran EUS telah meningkatkan kinerja Agen kami dan pengalaman calon Nasabah kami secara signifikan. EUS adalah sistem yang mengotomatisasi proses *underwriting* dan pengambilan keputusan saat Nasabah mengajukan formulir aplikasi asuransi. Seluruh proses ini dilakukan secara *online* dan *real-time*. Dengan EUS, proses dapat diselesaikan tiga hari lebih cepat, sehingga memungkinkan Agen untuk menyediakan jasa yang melampaui ekspektasi Nasabah.

BPJS Health CoB Patient Service

Sejak 2019, Perusahaan telah menandatangani Perjanjian Kerja Sama *Cashless Service* untuk pasien BPJS Kesehatan terkait *Coordination of Benefit (CoB)*.

Melalui kerja sama ini, pasien BPJS Kesehatan yang memiliki produk jaminan kesehatan tambahan dari Allianz tidak perlu membayar kelebihan biaya pengobatan jika ingin meningkatkan fasilitas selama rawat inap. Kelebihan biaya perawatan akan langsung dibebankan ke Allianz oleh rumah sakit (untuk manfaat *cashless*). Namun, terdapat syarat dan ketentuan, serta batasan polis asuransi kesehatan yang diterapkan dalam layanan ini.

AllianzCare

AllianzCare telah lama hadir untuk memfasilitasi Nasabah Allianz Life Indonesia guna memperoleh seluruh informasi yang berkaitan dengan layanan dan produk Perusahaan, serta informasi terkait lainnya. Dengan kehadiran personel yang terampil dan terlatih, AllianzCare siap melayani semua pemegang polis asuransi kesehatan 24 jam setiap hari melalui *hotline* kesehatan kami.

Allianz Discover

Allianz Discover allows our agents to discuss the needs of Customers and create sales illustrations for insurance products. Initially launched in 2015, Allianz Discover has gone through a major transformation based on feedback from Agents to provide easier access for application submission.

With this feature, Customers can enjoy insurance protection only in 5 (five) minutes after submitting their information online and receiving their policy back through email. To support the function of Allianz Discover, we also have an Expert Underwriting System (EUS). The presence of EUS has significantly improved the performance of our Agents and the experience of our prospective Customers. EUS is a system that automates the underwriting and decision making process in correspondence with potential Customers' application forms. All process is carried out online and in real-time. With EUS, the process can be completed three days faster, thus enabling the Company's Agents to deliver services that exceeds Customers expectations.

BPJS Health CoB Patient Service

Since 2019, Allianz Life Indonesia has signed a Partnership Agreement of Cashless Service for BPJS Patients as part of Coordination of Benefits (CoB) process.

Through this partnership, BPJS Health patients who have additional health insurance product from Allianz, do not have to pay for the excess treatment cost if they want to upgrade the facility while being hospitalized. The excess treatment cost will be directly charged to Allianz by the hospital (for cashless benefit). However, there are terms and conditions as well as health insurance policy limit applied in this service.

AllianzCare

AllianzCare has long been established to provide Allianz Life Indonesia Customers with all information related to the Company's services and products, as well as other relevant issues. Supported by highly skilled and well-trained personnel, AllianzCare is ready to serve all health insurance policyholders, for 24/7, through our medical hotline.

Pelayanan Nasabah

Services to Customers

Allianz Platinum Lounge*

Allianz Platinum Lounge merupakan fasilitas keanggotaan eksklusif bagi Nasabah dengan akumulasi premi berkala (Regular Premi) lebih dari sama dengan Rp250 juta/tahun. Sesuai dengan namanya, kami memberikan berbagai fasilitas kelas dunia kepada para anggota, termasuk kartu Allianz Platinum TADA360 yang dapat digunakan sebagai *gift-card* multifungsi untuk mendapatkan benefit Allianz Platinum.

Nasabah Allianz Platinum juga dapat menikmati layanan eksklusif di konter *lounge* Platinum kami yang terletak di kantor pusat kami.

Allianz Center and Allianz Customer Service Point

One-stop solution center ini dirancang untuk seluruh Nasabah dan agen yang berlokasi di lima kota besar (Jakarta, Surabaya, Bandung, Medan, dan Denpasar) dan 12 kota lainnya.

Allianz eAZy Connect

Pada 2020, Allianz telah mengembangkan portal Nasabah dengan menambahkan fitur *health claim submission*, di mana Nasabah dapat:

1. Mengirimkan klaim kesehatan dan memeriksa status klaim kesehatan tanpa *login*.
2. Memperoleh kartu kesehatan digital (eAZy Card) untuk rawat jalan atau rawat inap.
3. Mengirimkan dokumen klaim yang tertunda secara *online*.
4. Mengunduh dokumen klaim yang telah dikirimkan.
5. Mencari provider rekanan yang menerima *e-card*.

Allianz Sharia Business Lounge*

Salah satu komitmen Allianz Life atas pengembangan Syariah adalah dengan menghadirkan Allianz Sharia Business Lounge di Allianz Tower. Mengusung konsep *co-working space* dengan desain ruang terbuka yang nyaman dan modern, Allianz Sharia Business Lounge telah dimanfaatkan oleh para Agen melakukan berbagai aktivitas, mulai dari pertemuan dengan Nasabah, diskusi konsep bisnis hingga kelas-kelas kecil untuk pelatihan dan pengembangan bisnis.

Allianz Platinum Lounge*

Allianz Platinum Lounge is an exclusive membership facility designed for Customers with accumulated regular premiums more than or equal to Rp250 million/year. As the name suggest, we provide them with various world-class facilities, including Allianz Platinum TADA360 card that can be used as a multi-function gift card to enjoy Allianz Platinum benefits.

Allianz Platinum Customers can also enjoy exclusive services with unparalleled hospitality at our Platinum lounge counter, conveniently nestled in our head office.

Allianz Center and Allianz Customer Service Point

Located in five major cities (Jakarta, Surabaya, Bandung, Medan and Denpasar) and 12 other cities, this one-stop solution center is designed for all agents and Customers.

Allianz eAZy Connect

In 2020, we have enhanced the Customer portal by adding a health claim submission feature, where Customers can:

1. *Submit their claim and check their health claim status without login.*
2. *Get a digital health card (eAZy Card) outpatient/inpatient treatment.*
3. *Submit their pending claim documents online.*
4. *Download submitted claim documents.*
5. *Search for provider partners that accept e-card.*

Allianz Sharia Business Lounge*

Allianz Life demonstrated its commitment to Sharia by the establishment of an Allianz Sharia Business Lounge in Allianz Tower. Applying the open co-working space concept with comfortable and modern design, the Allianz Sharia Business Lounge has been used by our Agents to carry out various activities, from meeting with Customers, discussing business concepts, to providing small classes for training and developing business.

Pelayanan Tenaga Pemasar

Services to Agents

Pelayanan ke Tenaga Pemasar

Kami berkomitmen untuk memberikan pelayanan yang terbaik untuk setiap Nasabah. Oleh karena itu, kami memfasilitas seluruh agen kami dengan berbagai keahlian dan kompetensi sehingga mereka mampu menjadi agen yang andal. Berikut adalah berbagai inisiatif yang telah kami lakukan:

Portal Bancassurance

Portal ini memungkinkan para tenaga pemasar di mitra perbankan untuk mengatur dan mengelola penjualan, melacak status polis, dan menata portofolio mereka secara ideal.

Layanan Informasi Publik

Perusahaan memiliki situs web resmi yang beralamat di www.allianz.co.id. Situs web ini berisi informasi ringkas dan lengkap mengenai asuransi dan layanan yang disediakan Perusahaan, serta informasi lain yang relevan dengan seluruh pemangku kepentingan. Perusahaan juga menjangkau seluruh Nasabahnya di media sosial melalui akun resmi Allianz Indonesia di:

Services to Agents

We continuously strive to give only the best services to every Customer. Therefore, we equip all of our agents with various skills and competencies to be a trusted agent. Below are the initiatives that we have implemented:

Bancassurance Portal

These portals enable insurance specialists at the Company's banking partners to administer and manage sales, track policy status, while also providing an ideal platform to manage their portfolio.

Public Information Service

The Company manages its corporate website on www.allianz.co.id, consisting of succinct and comprehensive information regarding the Company's insurance and financial products, as well as other information relevant to all stakeholders. The Company also reaches out to all of its Customers on social media, via Allianz Indonesia official accounts on:



@AllianzID



@allianzindonesia



@allianzindonesia



@allianzindonesia

* Tutup per 1 Maret 2021
Closed as of March 1, 2021



02 Sumber Daya Manusia

Human Resources



Sumber Daya Manusia

Human Resources

Kunci pertumbuhan bisnis Allianz berpusat pada Sumber Daya Manusia (SDM). Untuk menghadapi perubahan dan perkembangan pasar yang dinamis, kami berusaha untuk selalu relevan dengan perkembangan daya pikir kritis, bakat, dan kreativitas, terutama dari generasi milenial. Oleh karena itu, kami fokus melakukan perekrutan karyawan dari generasi milenial setiap tahunnya.

Kami mendorong seluruh karyawan untuk senantiasa bekerja secara kolaboratif, kompetitif, dan profesional. Untuk itu, kami membangun sebuah lingkungan kerja yang aman, nyaman dan kondusif agar setiap orang dapat berkembang dengan optimal.

Untuk itu, kami juga mengadakan *virtual town hall* yang diadakan setiap bulan serta program *coffee morning* dengan CXO (*Coffee with CXO*) untuk mendapatkan umpan balik dari karyawan, sehingga kami dapat melakukan perbaikan yang berkelanjutan.

The key role of the business growth of Allianz is on Human Resources (HR). To deal with rapid changes and market development, we strive to always be relevant to the development of critical thinking, talent and creativity, especially from the millennial generation. Thus, we have focused on recruiting from this age group each year.

We continuously encourage all employees to work collaboratively, competitively and professionally. For that reason, we build a work environment that is safe, comfortable and conducive so that everyone can develop optimally.

Therefore, we also organized a virtual town hall every month, along with a morning coffee program with CXO (Coffee with CXO) to exchange feedback from employees so that we can make continuous improvements.



Rekrutmen

Dalam merekrut karyawan dari generasi millennial, kami memprioritaskan kandidat dari 20 universitas terbaik di Indonesia. Strategi ini dilakukan dengan memperkenalkan *branding* Perusahaan kami ke sejumlah universitas ternama sambil melakukan pemetaan pasar.

Dalam melakukan penilaian rekrutmen, kami menerapkan tes kemampuan yang terdiri dari 2 (dua) macam yaitu tes kemampuan kognitif (verbal dan numerikal) serta tes kepribadian atau kompetensi. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan kesesuaian dan kualitas calon karyawan dengan posisi yang tersedia di Allianz.

Untuk lebih mengenalkan Allianz kepada masyarakat, Allianz melakukan kegiatan *Employer Branding* dan *Employee Value Proposition* (EVP) di mana aktivitas utamanya adalah melakukan kunjungan ke berbagai universitas untuk mengikuti *event job fair* dan menjadi sponsor untuk salah satu *event digital* yaitu DevOps Day.

Human Resources Information System (HRIS)

Allianz tengah mempersiapkan penerapan proses implementasi sebuah sistem pencatatan *database* karyawan yang baru berbasis SAP (piranti lunak yang digunakan untuk manajemen proses bisnis). Sistem ini bertujuan agar *database* karyawan dapat dikelola secara lebih baik, teratur dan terintegrasi dengan Grup Allianz.

Inovasi HR

Selama 2020, Perusahaan meningkatkan *benefit* yang diberikan kepada karyawan dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan, retensi dan *engagement*. Selama masa pandemi COVID-19, Perusahaan berkomitmen memberikan dukungan yang optimal bagi karyawan agar tetap mampu bekerja secara produktif.

Perusahaan menyediakan berbagai fasilitas di bawah ini:

- Penyediaan *voucher* taksi atau penggantian biaya taksi *online* sesuai syarat dan ketentuan yang telah ditetapkan,
- Penyediaan sarana komunikasi bagi karyawan yang bekerja dari rumah,
- Penggantian paket data atau penyediaan fasilitas internet.

Recruitment

In recruiting millennials, we prioritize candidates from the top 20 universities in Indonesia. This strategy is carried out by conducting an employer branding exercise with some renowned universities while carrying out market mapping.

In conducting the recruitment assessment, we applied ability assessments which consisted of 2 (two) types, cognitive ability assessment (verbal and numerical) and personality or competency assessment. These assessments aimed to improve the aptitude and quality of prospective employees to positions available at Allianz.

In order to promote Allianz to the public, we conducted Employer Branding and Employee Value Proposition (EVP) activities whilst visiting universities to participate in job fairs and sponsoring one of the digital events, DevOps Day.

Human Resources Information System (HRIS)

Currently, Allianz is preparing to carry out the implementation of a new SAP-based (a software for business processes management) for employee database recording system. This system aims to manage a better and structured employee database which will be integrated into the wider Allianz Group.

HR Innovation

In 2020, the Company increased benefits provided to employees to support their welfare, retention and engagement. Amid the COVID-19 pandemic, the Company committed to provide optimal support for all employees so that they can work productively.

The Company provided the following facilities:

- *Taxi vouchers or reimbursement of online taxi transportation costs according to predetermined terms and condition,*
- *Communication facilities for employees who work from home,*
- *Data packages or internet facilities.*

Sumber Daya Manusia

Human Resources



78

Selain itu, Perusahaan juga senantiasa memprioritaskan kesehatan dan keselamatan seluruh karyawan melalui dukungan dan fasilitas sebagai berikut:

- Pembentukan gugus tugas pengendalian Covid-19 untuk memantau kedisiplinan dan kepatuhan karyawan terhadap protokol kesehatan serta menerapkan langkah yang tepat jika terdapat kasus Covid-19 di Perusahaan
- Penerapan kebijakan bekerja dari rumah,
- Penyediaan sarana dan prasarana kerja berupa pengalihan *hardware* dari PC ke *laptop*,
- Pemberian *care kits* berupa alat makan pribadi, vitamin C, masker medis, hand *sanitizer* dan madu bagi karyawan yang bekerja di kantor,
- Penggantian biaya *rapid test*/PCR jika dibutuhkan, dan
- Penyediaan fasilitas telekonsultasi medis bagi karyawan yang bekerja dari rumah, serta dokter umum bagi karyawan yang bekerja di kantor.

In addition, the Company continuously prioritized the health and safety of all employees through the following support and facilities:

- *The establishment of a COVID-19 control task force to monitor employee discipline and compliance with health protocols as well as implementing appropriate steps in case there is a COVID-19 case in the Company,*
- *Implementation of the WFH policy,*
- *Work facilities and infrastructure in the form of transferring hardware from PC to laptop,*
- *Care kits with personal cutlery, vitamin C, medical masks, hand sanitizers, and honey for employees who are working in the office,*
- *Reimbursement for COVID-19 rapid test/PCR, if needed, and*
- *Medical tele-consultation facilities for employees who work from home, as well as in-house doctors for employees working in offices.*



Program Employee Assistance

Di tengah ketidakpastian akibat pandemi COVID-19, kesehatan fisik dan mental karyawan menjadi fokus utama Perusahaan. Untuk menjaga psikis dan mental karyawan tetap sehat, Perusahaan meluncurkan inisiatif *Employee Assistance Program* (EAP).

Melalui program ini, Perusahaan menyediakan layanan konsultasi pribadi untuk karyawan dengan psikolog profesional. Karyawan dapat melakukan konsultasi terhadap permasalahan yang sedang dihadapi, baik terkait lingkungan kantor maupun kehidupan pribadi. Selama masa pandemi COVID-19, layanan ini dilakukan secara virtual, dan setelah kondisi kembali normal layanan ini dapat dilakukan secara tatap muka.

Sejauh ini, *feedback* yang diberikan oleh karyawan atas bantuan layanan ini sangat positif. Melalui program ini, Perusahaan juga ingin terus meningkatkan *engagement* dengan karyawan, sehingga tercipta lingkungan kerja yang lebih sehat dan menyenangkan.

Employee Assistance Program

Amid uncertainty due to the COVID-19 pandemic, the physical and mental health of employees has been the main focus of the Company. To support these, the Company launched the EAP initiative.

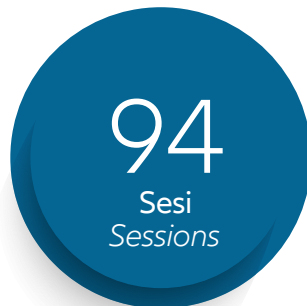
Through this program, the Company provides personal consultation services with professional psychologists for employees. Employees may access professional consultation on various matters, both related to their work and personal life. Throughout the pandemic, this service is carried out virtually, and after the situation is back to normal, this service can be experienced face-to-face.

So far, the feedback given by employees for this service assistance has been very positive. Through this program, the Company strives to continue to increase engagement between the Company and employees, to create a healthier and more enjoyable work environment.

Jumlah Karyawan yang Mengikuti EAP*
Total Employee Participated in EAP*



Jumlah Sesi EAP yang Diikuti*
Total EAP Sessions Participated*



Skor NPS*
NPS Score*



* Per 31 Desember 2020
As of December 31, 2020

Sumber Daya Manusia

Human Resources

HR Services

HR Services menyediakan fasilitas dokter umum di kantor pusat dengan jadwal praktek pada jam kerja karyawan, agar karyawan dapat berkonsultasi perihal kesehatan mereka secara umum dan mendapatkan pertolongan medis pertama selama berada di kantor.

HR Services bekerja sama dengan *provider* asuransi kesehatan yang dipakai oleh karyawan, juga menyediakan fasilitas konsultasi dokter umum secara *online* selama 24 jam. Fasilitas ini dapat digunakan karyawan sebagai pertolongan pertama jika karyawan membutuhkan konsultasi medis tanpa perlu meninggalkan rumah.

#HappyLifeMadeeAZy

Sejak akhir 2018, kami telah meluncurkan #HappyLifeMadeeAZy, sebuah bentuk komitmen dalam menanamkan nilai-nilai Perusahaan yang menekankan pada kepercayaan (*Trust*), kepedulian (*Care*), dan kemudahan (*eAZy*).

Inisiatif #HappyLifeMadeeAZy mencakup pemberlakuan jam kerja fleksibel yang bertujuan agar karyawan dapat menghabiskan lebih banyak waktu bersama keluarga, di saat yang sama tetap dapat bekerja dengan produktif. Perusahaan juga menyediakan berbagai aktivitas menyenangkan di luar rutinitas kantor, seperti klub kegiatan bagi para karyawan, fasilitas penitipan anak pada saat sebelum dan sesudah Hari Raya Idul Fitri, tunjangan dan cuti khusus bagi karyawan yang berulang tahun, dan banyak lagi.

HR Services

HR Services provides a facility of an in-house general practitioner at the head office with a schedule during working hours, so that employees can have general health consultations and receive emergency treatment while at the office if required.

HR Services collaborated with health insurance providers used by employees to provide 24-hour online general practitioner consultation facilities. This facility can be used by employees as an emergency treatment if employees need medical consultation without leaving their homes.

#HappyLifeMadeeAZy

We continue to promote #HappyLifeMadeeAZy to our employees and customers through various initiatives and innovations of products and services that are in line with current trends.

The #HappyLifeMadeeAZy initiative covers flexible working hours, allowing employees to spend more time with their families while still being able to work productively. The Company also provides a variety of fun activities outside of office routines, such as an activity club for employees, child care facilities before and after Eid al-Fitr, special allowances and leave for employees who have birthdays, and many more.

Pada tahun 2020, Perusahaan juga mengadakan berbagai kegiatan untuk karyawan sebagai berikut:

- *Photo Challenge* antar divisi dalam rangka hari Kartini,
- “Allianz Kasih Buku” kepada anak karyawan,
- Program *Employee Assistance*, layanan konsultasi dengan psikolog bagi karyawan,
- *Mindfulness series* (meditasi, virtual seminar) untuk membantu menjaga kesehatan mental karyawan selama bekerja di rumah,
- Kegiatan *engagement* divisi per kuartal (*virtual lunch, book sharing, dsb.*),
- Setiap bulan, dua orang karyawan yang terpilih secara *voting* oleh seluruh karyawan melalui intranet sebagai Mr. & Ms. eAZy, menerima penghargaan dari tim manajemen, dan
- Pemberian *Recognition Award* kepada karyawan terpilih sebagai bentuk apresiasi perusahaan kepada para karyawan.

Program Cuti Melahirkan

Sebagai bentuk komitmen Perusahaan dalam mendukung kehidupan karyawan, Perusahaan melakukan pembaruan kebijakan pemberian cuti melahirkan bagi karyawan pada 2020 sebagai berikut:

- Cuti melahirkan bagi ibu, dari 3 (tiga) bulan atau 90 hari menjadi 4 (empat) bulan atau 120 hari, dan
- Cuti bagi ayah, dari 2 (dua) hari menjadi 2 (dua) minggu atau 14 hari yang dapat diambil sejak istri melahirkan.

Program Pensiun

Bagi karyawan yang akan memasuki masa pensiun, Perusahaan memberikan anggaran yang dapat digunakan untuk pelatihan sebelum pensiun, serta pembelian barang untuk modal usaha, dengan nominal dan persentase yang telah ditentukan.

In 2020, the Company held various activities for employees as follows:

- *Photo Challenge between divisions in celebration of Kartini Day,*
- *“Allianz Kasih Buku”, giving books to employees’ children,*
- *Employee Assistance Program, consultation services with psychologists for employees,*
- *Mindfulness series (meditation and virtual seminar) to help in maintaining employee mental health while working from home,*
- *Division engagement activities per quarter (virtual lunch, book sharing, etc.),*
- *Every month, two employees who were elected by all employees via the intranet as Mr. and Ms. eAZy receive recognition from the management team, and*
- *Presented Recognition Award for awarded employees as a form of Company appreciation to employees.*

Maternity Leave Plan

As a form of the Company’s commitment to support the wellbeing of employees, the Company updated its policy to provide maternity leave for employees in 2020, as follows:

- *Maternity leave for mothers, from three months or 90 days to four months or 120 days, and*
- *Paternity leave for male employees or fathers, from two days to two weeks or 14 days which can be taken after their children are born.*

Pension Plan

For employees who are planning to retire, the Company provides a budget that can be used for pre-retirement training and purchases of goods for business capital, with a predetermined nominal and percentage.

Sumber Daya Manusia

Human Resources

Allianz Indonesia Master Class 2020

Perusahaan dengan bangga kembali menghadirkan program Allianz Master Class Batch 2. Program ini merupakan program pengembangan bakat bagi kalangan milenial Indonesia untuk mendorong mereka berinovasi dan memberikan solusi terkait permasalahan sosial yang dihadapi. Program ini ditujukan kepada para mahasiswa dari sejumlah universitas ternama yang terpilih melalui seleksi yang ketat untuk diberikan pengetahuan dasar tentang bisnis asuransi.

Program ini diselenggarakan secara virtual dan bersamaan di 3 (tiga) lokasi yakni, Jakarta, Bandung dan Yogyakarta pada 16–20 November 2020. Dikarenakan masa pandemi, Master Class Batch II dilakukan secara daring dengan mengundang para peserta untuk bertemu melalui *platform* digital selama 5 (lima) hari.

Melalui program Allianz Master Class, Perusahaan berharap mampu meningkatkan literasi asuransi di Indonesia dan kesadaran masyarakat, khususnya kalangan milenial terkait dengan pentingnya memiliki perlindungan asuransi sebagai proteksi diri dan keluarga di masa depan, serta mampu membangun *professional life & skill* bagi kalangan milenial Indonesia.

Pengembangan Kompetensi dan Program Beasiswa

Kami memberikan kesempatan seluas-luasnya kepada seluruh karyawan untuk berpartisipasi dalam beragam pelatihan dan pengembangan kompetensi, termasuk seminar, lokakarya dan sertifikasi. Program pelatihan kami juga mencakup pemberian beasiswa bagi anak karyawan yang berprestasi.

Allianz Indonesia Master Class 2020

The Company proudly presented Batch 2 of the Allianz Master Class program. This is a talent development program for millennials in Indonesia to encourage them providing innovations and solutions towards problems in the society. This program is targeted students from several renowned universities who were selected through rigorous selections, of which to be given basic knowledge about the world of insurance business.

The program was held virtually and simultaneously in three different locations: Jakarta, Bandung and Yogyakarta on November 16-20, 2020. Amid the pandemic, Master Class Batch II was conducted online by inviting participants to meet via a digital platform for five days.

Through the Allianz Master Class program, the Company expects to increase insurance literacy in Indonesia and public awareness, especially amongst millennials, regarding the importance of having insurance as protection for themselves and their families in the future, as well as being able to develop their professional life and skills.

Competency Development and Scholarship Program

We continue to provide the widest possible opportunities for all employees to participate in a variety of training and competency development, including seminars, workshops, and certifications. Our training also comprises of scholarships for employees' children who excel at school.

AllianzU

Sepanjang tahun 2020, Perusahaan menyelenggarakan total 282 sesi pelatihan baik publik maupun *in-house*. Sesi-sesi yang dirancang untuk mengasah keterampilan dan menambah pengetahuan karyawan Allianz Life Indonesia ini dikelompokkan menjadi 3 (tiga) jenis, antara lain pelatihan, lokakarya, dan program sertifikasi.

Sebanyak total 2.468 peserta mengikuti ketiga jenis program pelatihan tersebut. Hal ini menunjukkan, selama tahun 2020, rata-rata setiap karyawan mengikuti 2 (dua) sesi pelatihan. Di luar pelatihan rutin, karyawan Allianz terpilih juga mengikuti pelatihan yang diselenggarakan Allianz Group untuk lebih dari 18,000 leaders di seluruh dunia termasuk lebih dari 200 *leaders* dari Allianz Indonesia.

Sehubungan dengan pandemi, pelatihan, lokakarya dan program sertifikasi dilakukan mayoritas dalam bentuk daring untuk memastikan pelatihan, lokakarya dan sertifikasi tetap dapat berjalan tanpa mengabaikan faktor kesehatan karyawan. Selain itu, Allianz meningkatkan program lokakarya yang berhubungan dengan kesehatan fisik dan mental, serta lokakarya yang berhubungan dengan finansial, dengan harapan dapat mendukung karyawan untuk melewati masa sulit selama masa pandemi.

AllianzU

Throughout 2020, we held 282 public and in-house training sessions. The sessions were designed to up-skill the staff of Allianz Life Indonesia. The pieces of training were categorized into three types, namely training, workshops and certification programs.

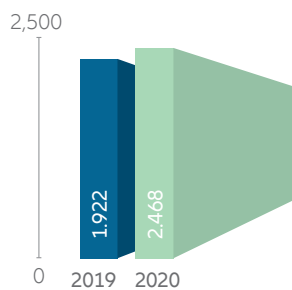
As many as 2,468 participants took part in all three programs, with each employee attending two sessions on average throughout the year. Aside from routine training, selected Allianz employees also participated in the training held by Allianz Group for more than 18,000 leaders around the world, including more than 200 leaders from Allianz Indonesia.

Due to the pandemic, the majority of training, workshops and certification programs were conducted online to ensure these activities could continue without disregarding employee safety. Allianz also developed various workshops related to physical and mental health, as well as related to finances, to support employees to get through difficult times.

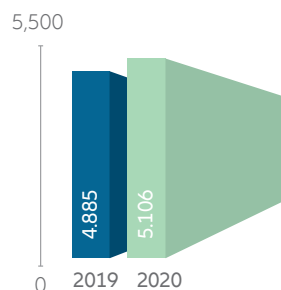
Sumber Daya Manusia

Human Resources

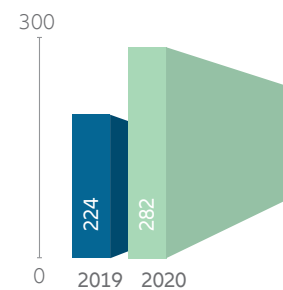
TOTAL PESERTA PELATIHAN
TRAINING PARTICIPANTS



TOTAL HARI PELATIHAN
TRAINING MAN DAYS



TOTAL SESI PEMBELAJARAN
LEARNING SESSION



5 BESAR JENIS PELATIHAN
TOP 5 TRAINING

2019	2020
<ul style="list-style-type: none"> Biz English (182) Allianz Leadership Program 2 (171) Handling Complaint (93) Graphology (88) Allianz Leadership Program 1 (78) 	<ul style="list-style-type: none"> Biz English Becoming A High Performer At Work In New Normal Happy Family: Integrating Work & Life Happy Work: Managing Virtual Team Wellness at Work

5 BESAR DIVISI
TOP 5 DIVISION

2019	2020
<ul style="list-style-type: none"> Customer Relation Management AHCS Operation Partnership Distribution Agency Office Market Management 	<ul style="list-style-type: none"> Partnership Distribution Market Management Customer Relationship Management Agency Office AHCS Operation

KOMPOSISI PELATIHAN
LEARNING COMPOSITION

	2019	2020
• TRAINING PELATIHAN	86%	87%
• WORKSHOP	10%	4%
• CERTIFICATION SERTIFIKASI	4%	9%

LinkedIn Learning

Pada 2020, salah satu inisiatif yang dilakukan Perusahaan dalam membangun learning culture adalah dengan mensosialisasikan akses pembelajaran digital melalui LinkedIn Learning. LinkedIn Learning merupakan *online platform* agar karyawan dapat melakukan aktivitas pembelajaran dari mana saja sehingga dapat meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan di tengah masa adaptasi kebiasaan baru di 2020.

LinkedIn Learning

In 2020, one of the initiatives carried out by the Company in building a learning culture was by disseminating access to digital learning through LinkedIn Learning. LinkedIn Learning is an online platform that facilitates employees in carrying out learning activities from anywhere via their mobile device or laptop, to increase their knowledge and skills.

Allianz Sales Academy

Kami memiliki Allianz Sales Academy (ASA) untuk memfasilitasi program pembelajaran dan pengembangan bagi agen Allianz Star Network (ASN) dan tenaga pemasar di mitra perbankan.

Sejak 2019, ASA telah memperkenalkan *Learning Management System (LMS)*, yaitu platform pembelajaran digital untuk para tenaga pemasar kami. Sistem ini diluncurkan sebagai uji coba kepada agen terpilih dan terbukti dapat mempercepat kemajuan pembelajaran mereka. LMS bertujuan untuk menyediakan materi pelatihan berkualitas secara *online*, sehingga dapat diakses oleh seluruh tenaga pemasar setiap saat sehingga memungkinkan mereka untuk mengatur proses pembelajaran.

Di sisi Bancassurance, ASA juga telah melakukan berbagai pelatihan antara lain *Induction Training, Product Knowledge, Leadership, Continuous Professional Development*, dan *Selling Skills* untuk meningkatkan keahlian para tenaga pemasar di mitra perbankan.

Allianz Sales Academy

We established Allianz Sales Academy (ASA) to facilitate learning and development for our Allianz Star Network (ASN) agents and sales force in bank partners.

Since 2019, ASA has introduced Learning Management System (LMS), a digital learning platform for our insurance advisors. This system was initially launched as a pilot to selected agents and we found it to accelerate their learning progress. The LMS provides high-quality training materials online, accessible to all insurance advisors at any time allowing them to manage their own learning pace.

For the Bancassurance side of the business, ASA also conducted various training including Induction Training, Product Knowledge, Leadership, Continuous Professional Development, and Selling Skills to enhance our sales force in bank partners.

Sumber Daya Manusia

Human Resources

Allianz Voyagers

Untuk menumbuhkan potensi karyawan dan mencapai kesuksesan, Allianz memulai transformasi budaya di mana para manajemen senior mampu memberi contoh yang baik kepada seluruh karyawan. Pada bulan Juli 2020, Allianz meluncurkan Voyagers yang merupakan perwujudan dari nilai Trust, Care dan eAZy, yaitu:

Allianz Voyagers

To cultivate employee potential and achieve success, Allianz started a cultural transformation initiative where senior management was able to set a good example for all employees. In July 2020, Allianz launched Voyagers, which manifested the values of Trust, Care and eAZy, namely:

- OWEN - Penggerak & Penggugah
- BOND - Penjaga Komitmen

- OWEN - The Mover & Shaker
- BOND - The Commitment Keeper



BOND
The Commitment Keeper

- LOVE - Pembangkit Moral
- UNION - Penghubung

- LOVE - The Moral Builder
- UNION - The Connector



UNION
The Connector



OWEN
The Mover and Shaker

TRUST



LOVE
The Moral Builder

CARE

Peluncuran Allianz Voyagers ini diikuti dengan pelatihan *virtual* "Leading Culture" serta penilaian *online* untuk seluruh karyawan dalam mengetahui karakter Voyager yang paling mirip dengan diri masing-masing. Melalui pelatihan dan penilaian ini, para manajemen senior dan karyawan diharapkan dapat mengetahui kekuatan masing-masing dan juga memahami area yang harus ditingkatkan, serta terus memantau penerapannya.

The launch of Allianz Voyagers was followed by the virtual "Leading Culture" training and online assessments for all employees to identify which Voyager character they resemble. Through these training and assessments, both senior management and employees were expected to know their respective strengths and understand their areas for improvement, as well as continuing to monitor their implementation.



Sumber Daya Manusia

Human Resources

Komposisi SDM

Pada 2020, total karyawan kami berjumlah 1.079 orang, meningkat sebanyak 46 karyawan dari tahun 2019 yaitu 1.033 orang.

HR Composition

In 2020, we employed 1,079 people, increased by 46 people from 2019 which were 1,033 people.

Diagram berikut merangkum komposisi karyawan berdasarkan tingkat pendidikan:

Below are the diagrams that summarise the employee composition based on the education level:

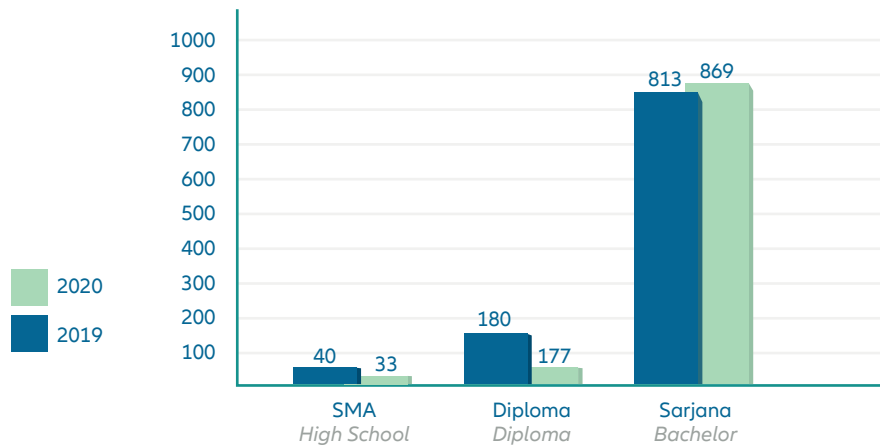


Diagram berikut merangkum komposisi karyawan berdasarkan usia:

Below are the diagrams that summarise the employee composition based on the age group:

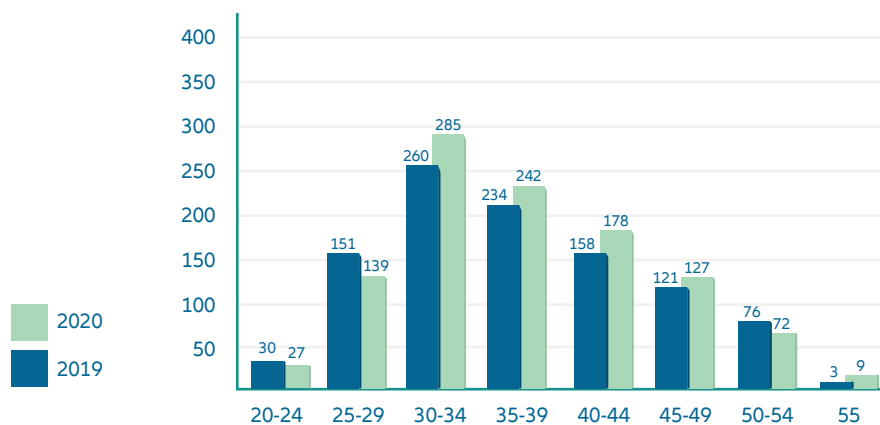


Diagram berikut merangkum komposisi karyawan berdasarkan lama bekerja:
 Below are the diagrams that summarise the employee composition based on the length of services:

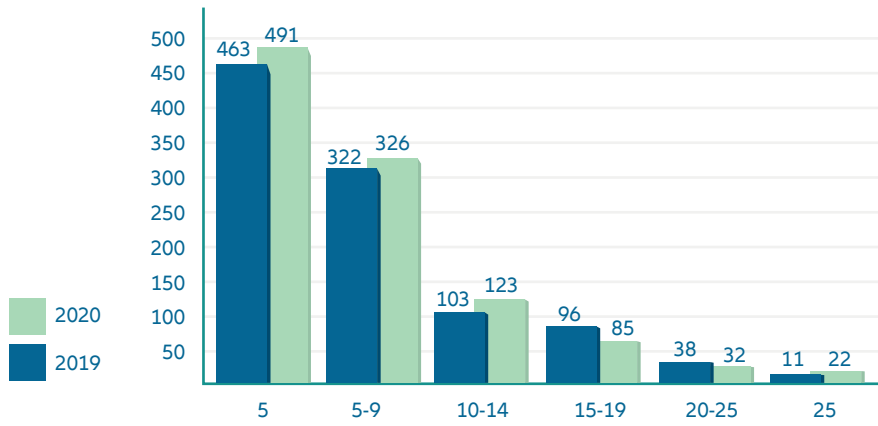


Diagram berikut merangkum komposisi karyawan berdasarkan jenis kelamin:
 Below are the diagrams that summarise the employee composition based on gender:

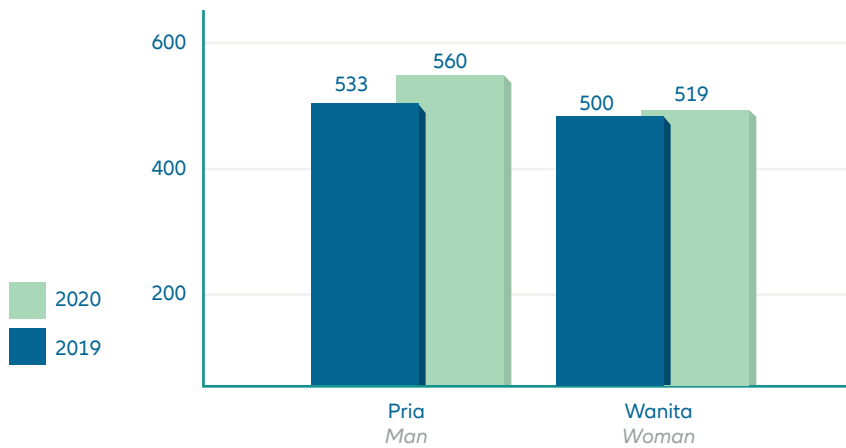
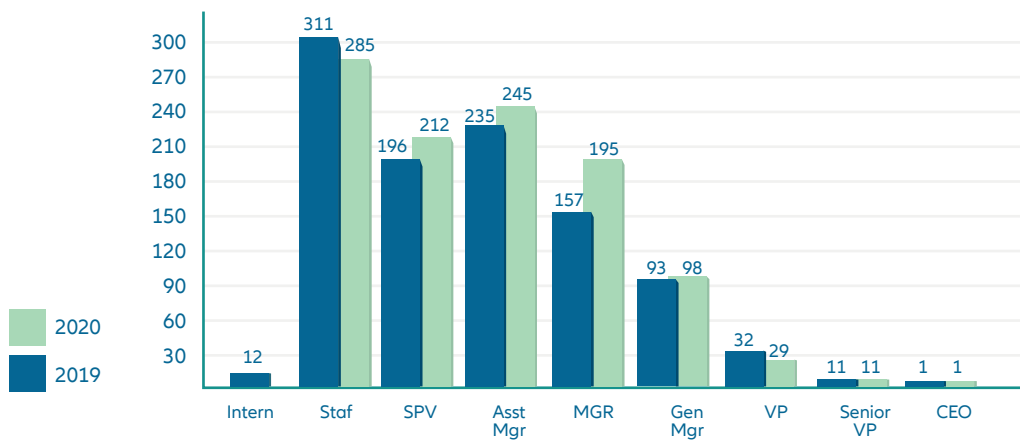
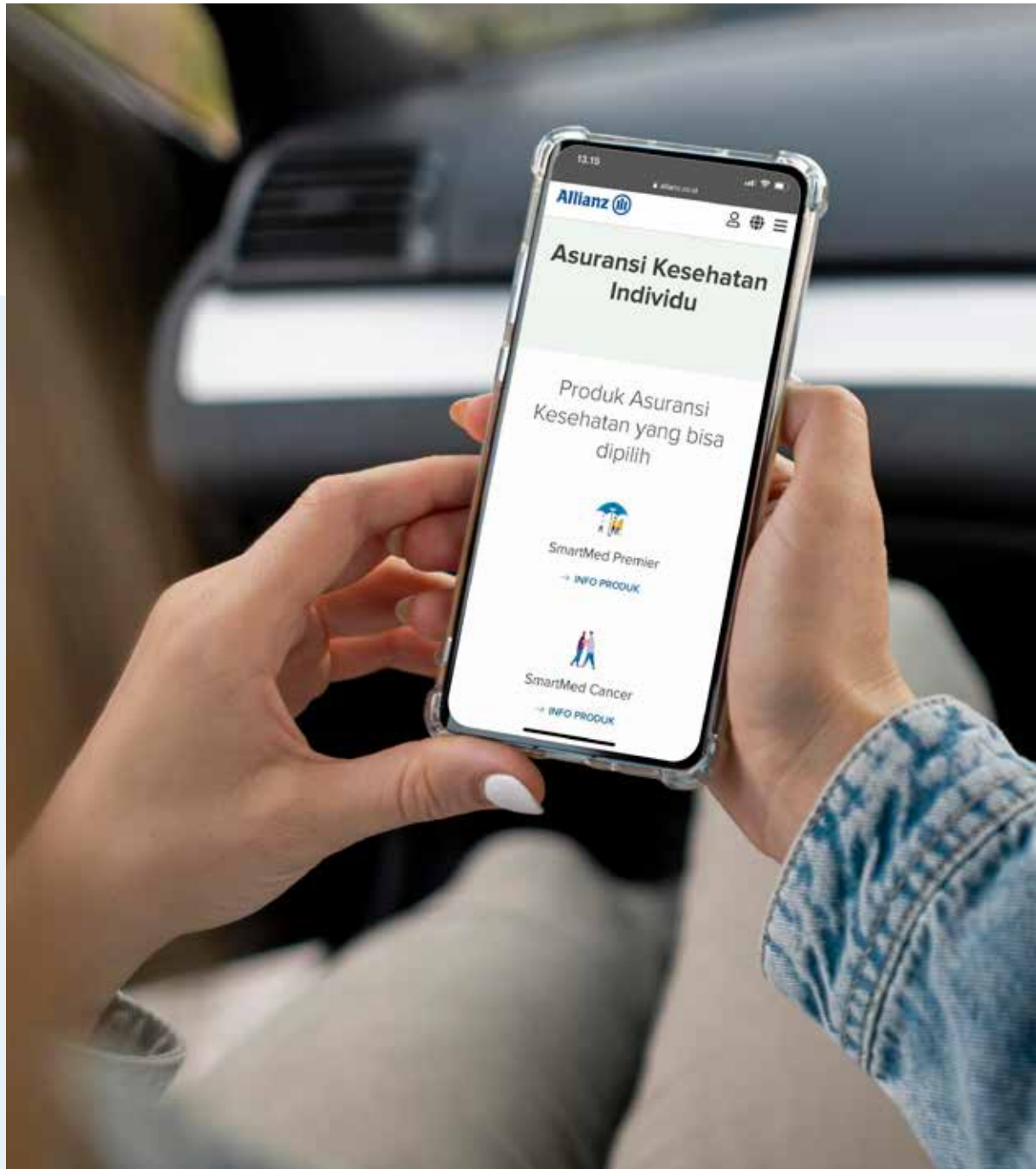


Diagram berikut merangkum komposisi karyawan berdasarkan jabatan:
 Below are the diagrams that summarise the employee composition based on the position:





03 Produk

Products



Produk

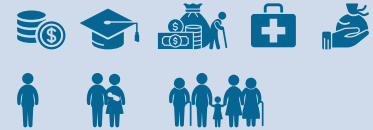
Products

ALLIANZ LIFE AgenCY

SMARTLINK
FLEXI ACCOUNT
PLUS



SMARTLINK
NEW FLEXI
ACCOUNT



SMART
LIFE



SMARTLINK MAXI
FUND PLUS



ALLIANZ
PASTI



92

ALLIANZ SYARIAH



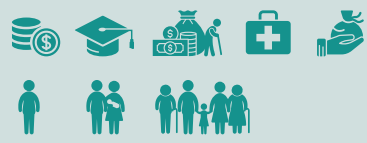
ALLISYA MAXI
FUND PLUS



ALLIANZ
TASBIH



ALLISYA
PROTECTION
PLUS



BANCASSURANCE (HSBC)

<p style="text-align: center;">CARE INVEST PLUS</p> 		<p style="text-align: center;">OPTIMA CARE INVEST</p> 	
<p style="text-align: center;">FUTURE CARE</p> 		<p style="text-align: center;">COLLEGE CARE</p> 	
<p style="text-align: center;">HSBC CREDIT PRO PLUS</p> 		<p style="text-align: center;">JOINT LIFE CARE</p> 	
<p style="text-align: center;">PREMIUM WEALTH ASSURANCE</p> 		<p style="text-align: center;">ULTIMA WEALTH ASSURANCE</p> 	
<p style="text-align: center;">OPTIMA PROTECTION ASSURANCE PASTI</p> 			




Note:

Rencana Keuangan | Finance Planning

-  Aset Kekayaan
Wealth Asset
-  Pendidikan
Education
-  Pensiun
Pension
-  Perlindungan Kartu Kredit
Credit Card Protection

-  Perlindungan Kesehatan
Health Protection
-  Warisan
Legacy
-  Perlindungan Dana Haji
Hajj Fund Protection
-  Asuransi Jiwa
Life Insurance
-  Layanan Opini Medis
Expert Medical Opinion

Segmen | Segmentation

-  Lajang
Single
-  Keluarga Muda
Young Family
-  Keluarga Mapan
Well-Established Family

STAGE



Critical Illness Stage:

- Early
- Intermediate
- Advanced

COVERAGE

COMPREHENSIVE
MAJOR
COMPLETE

Critical Illness (Ci) Coverage

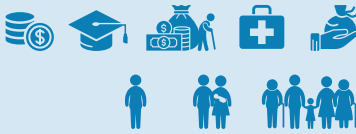
- Major : Coverage Up To 49 Ci Conditions
- Complete : Coverage Up To 100 Ci Conditions
- Comprehensive: Coverage Up To 168 Ci Conditions

Produk

Products

BANCASSURANCE (BTPN)

GUARDIA PREMIUM



GUARDIA WEALTHLINK



GUARDIA SIGNATURE

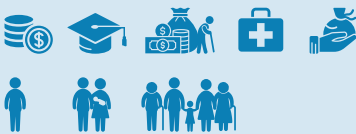


GUARDIA PASTI



BANCASSURANCE (BANK QNB)

FIRST LIFESHIELD



FIRST INVESTSHIELD



BANCASSURANCE (BANK KEB HANA)

ALLIANZ WEALTHLINK PRESTIGE LIFE



ALLIANZ LIFE SECURE PASTI



BANCASSURANCE (BANK MESTIKA)		BANCASSURANCE (BANK DANAMON SYARIAH)	
<p>SMARTPROTECTION KPR BANK MESTIKA</p> 		<p>SMARTPROTECTION DANAMON PPR SYARIAH</p> 	
BANCASSURANCE (MAYBANK INDONESIA)			
<p>MYPROTECTION PRIMA</p> 			<p>MYPROTECTION INVESTA</p> 




Note:

Rencana Keuangan | Finance Planning

-  Aset Kekayaan
Wealth Asset
-  Pendidikan
Education
-  Pensiun
Pension
-  Perlindungan Kartu Kredit
Credit Card Protection

-  Perlindungan Kesehatan
Health Protection
-  Warisan
Legacy
-  Perlindungan Dana Haji
Hajj Fund Protection
-  Perlindungan Pembiayaan Rumah
Mortgage Protection

Segmen | Segmentation

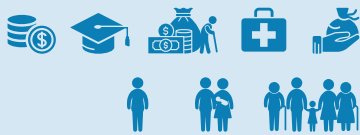
-  Lajang
Single
-  Keluarga Muda
Young Family
-  Keluarga Mapan
Well-Established Family

Produk

Products

BANCASSURANCE (MAYBANK INDONESIA)

MYPROTECTION SEJAHTERA



MYPROTECTION JIWAGARDA



MAYBANK CREDIT SHIELD



SMARTPROTECTION



MYPROTECTION PASTI



MYPROTECTION INFINITE



MYPROTECTION JIWSIAGA



SMARTPROTECTION iB SYARIAH



MYPROTECTION BIJAK



Note:

Rencana Keuangan | Finance Planning

- Aset Kekayaan
Wealth Asset
- Pendidikan
Education
- Pensiun
Pension
- Perlindungan Kartu Kredit
Credit Card Protection

- Perlindungan Kesehatan
Health Protection
- Warisan
Legacy
- Perlindungan Dana Haji
Hajj Fund Protection
- Perlindungan Pembiayaan Rumah
Mortgage Protection

Segmen | Segmentation

- Lajang
Single
- Keluarga Muda
Young Family
- Keluarga Mapan
Well-Established Family

ASURANSI KESEHATAN (INDIVIDU)/HEALTH INSURANCE (INDIVIDUAL)

<p>SMARTHEALTH MAXI VIOLET</p> 			<p>SMARTMED PREMIER</p> 
<p>ALLISYA CARE</p> 			<p>BUKAPROTEKSI DIRI</p>  <p>Santunan harian apabila rawat inap Daily compensation if hospitalized</p>

ASURANSI KESEHATAN (KUMPULAN)/HEALTH INSURANCE (GROUP)

	<p>SMARTHEALTH GROUP</p> 
--	--

CORPORATE SOLUTIONS

<p>SMARTSAVING ADVANCED</p> 			<p>SMART PROTECTION</p> 
---	---	--	---

Note:



Rawat Inap
Hospitalization



Rawat Jalan Terkait Rawat Inap
Outpatient Related To Hospitalization



Rawat Jalan
Outpatient



Gigi
Dentist



Melahirkan
Birth



Kacamata
Glasses



Evakuasi & Asistensi Medis
Medical Assistance & Evacuation



Asuransi Kecelakaan Diri
Personal Accident Insurance



Layanan Opini Medis
Expert Medical Opinion



Pensiun
Pension



Asuransi Jiwa
Life Insurance

ASURANSI KESEHATAN/HEALTH INSURANCE (RIDER)

SMARTMED CANCER



FLEXI CI



COVERAGE
COMPREHENSIVE
MAJOR
COMPLETE



CI 100



COVERAGE
COMPREHENSIVE
MAJOR
COMPLETE

CI PLUS



COVERAGE
COMPREHENSIVE
MAJOR
COMPLETE



CI ACCELERATED



COVERAGE
COMPREHENSIVE
MAJOR
COMPLETE

FLEXI CI SYARIAH



COVERAGE
COMPREHENSIVE
MAJOR
COMPLETE



ALLISYA CARE



Note:



Critical Illness Stage:

- Early
- Intermediate
- Advanced

COVERAGE

COMPREHENSIVE
MAJOR
COMPLETE















Critical Illness (Ci) Coverage

- Major : Coverage Up To 49 Ci Conditions
- Complete : Coverage Up To 100 Ci Conditions
- Comprehensive: Coverage Up To 168 Ci Conditions

ASURANSI KESEHATAN/HEALTH INSURANCE (RIDER)

<p>HOSPITAL & SURGICAL CARE PREMIER</p> 			<p>HOSPITAL & SURGICAL CARE PREMIER X</p> 
<p>HOSPITAL & SURGICAL CARE PLUS</p> 			<p>HOSPITAL & SURGICAL CARE PREMIER X SYARIAH</p> 
<p>HOSPITAL & SURGICAL CARE PREMIER SYARIAH</p> 			<p>ALLISYA HOSPITAL & SURGICAL CARE PLUS</p> 

Note:

 Rawat Inap <i>Hospitalization</i>  Rawat Jalan Terkait Rawat Inap <i>Outpatient Related To Hospitalization</i>  Rawat Jalan <i>Outpatient</i>  Gigi <i>Dentist</i>  Melahirkan <i>Birth</i>	 Kacamata <i>Glasses</i>  Perlindungan Pembayaran Premi <i>Premium Payment Protection</i>  Pensiun <i>Pension</i>  Manfaat Tambahan <i>Additional Benefit</i>  Perlindungan Cacat Tetap <i>Permanent Disability Protection</i>	 Asuransi Jiwa <i>Life Insurance</i>  Warisan <i>Legacy</i>  Evakuasi & Asistensi Medis <i>Medical Assistance & Evacuation</i>  Asuransi Kecelakaan Diri <i>Personal Accident Insurance</i>
--	--	--

Produk

Products

ASURANSI NON KESEHATAN/ NON HEALTH INSURANCE (RIDER)

PAYOR & SPOUSE PAYOR PROTECTION



PAYOR & SPOUSE PAYOR BENEFIT



ACCIDENTAL DEATH & DISABLEMENT BENEFIT



TOTAL PERMANENT DISABILITY & TOTAL PERMANENT DISABILITY ACCELERATED



TERM LIFE



100

GOSURE/GOJEK

GOSURE



GOJEK DRIVER



Note:



Rawat Inap

Hospitalization



Rawat Jalan Terkait Rawat Inap

Outpatient Related To Hospitalization



Rawat Jalan

Outpatient



Evakuasi & Asistensi Medis

Medical Assistance & Evacuation



Asuransi Kecelakaan Diri

Personal Accident Insurance



Perlindungan Cacat Tetap

Permanent Disability Protection



Perlindungan Pembayaran Premi

Premium Payment Protection



Gigi

Dentist



Melahirkan

Birth



Kacamata

Glasses



Pensiun

Pension



Santunan Harian

Daily Payment



Asuransi Jiwa

Life Insurance



Warisan

Legacy

Segmen | Segmentation



Lajang

Single



Keluarga Muda

Young Family



Keluarga Mapan

Well-Established Family

ASURANSI JIWA MIKRO/MICRO LIFE INSURANCE

SEKOCI/SEKOCI AMANA

Distribution Channel:
Lifepal, Invissee, Pede, Digital



PROTEKSI MIKRO SANTUNAN DUKA

Distribution Channel:
Direct, Digital, Agency



PAYUNG KELUARGA

Distribution Channel:
Lifepal, Invissee, Pede, Digital



PAYUNG KELUARGA SYARIAH

Distribution Channel:
Lifepal, Invissee, Pede, Digital



Note:

Jenis | Type
Dapat Dimiliki Secara Terpisah
Can Be Obtained Individually
Harus Bersama Dengan Pinjaman
Have To Be With Loan



Manfaat | Benefit
Meninggal Dunia
Death
Sisa Cicilan Pinjaman
Remaining Loan Installments

DANA INVESTASI/INVESTMENT FUND (UNIT LINK FUND)



1. Smartlink Rupiah Money Market Fund

7. Smartlink Rupiah Balanced Fund
8. Allisya Rupiah Balanced Fund

10. Smartlink Rupiah Balanced Plus Fund
11. SmartWealth Dollar Multi Asset Fund

23. SmartWealth IndoConsumer Fund
24. SmartWealth Infrastructure Fund
25. SmartWealth Equity Small Medium Capital Fund
26. SmartWealth Rupiah Equity Rotation Fund

Money Market

Balanced

Balanced +

Sectoral

Fixed Income

Risk On/Risk Off

Equity

2. Smartlink Rupiah Fixed Income Fund
3. Smartlink Dollar Managed Fund
4. Smartlink Dollar Managed Class B
5. Smartlink Guardia Dana Pendapatan Tetap
6. Allisya Rupiah Fixed Income Fund

9. SmartWealth LiquiFlex LQ45

12. Smartlink Rupiah Equity Fund
13. Allisya Rupiah Equity Fund
14. Smartlink MyTiger Aggressive Fund

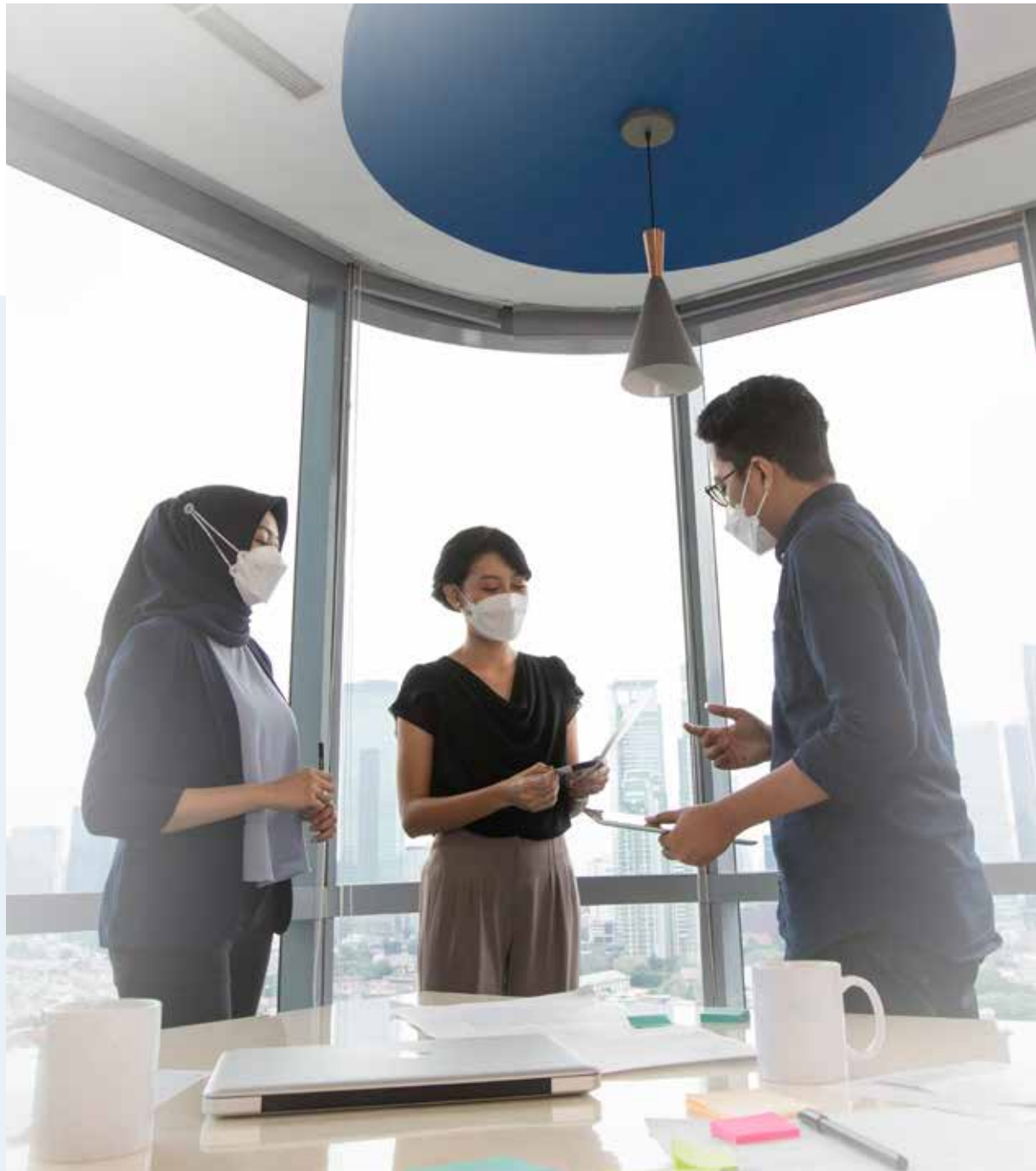
International

15. SmartWealth Rupiah Equity IndoAsia Fund
16. SmartWealth USD Equity IndoAsia Fund
17. SmartWealth Equity IndoGlobal Fund
18. SmartWealth Dollar Equity Global Investa Fund
19. SmartWealth Dollar Asia Pacific Fund
20. SmartWealth Dollar Equity All China Fund
21. SmartWealth Dollar Equity Sustainability
22. SmartWealth Dollar US Bond

INSURING MORE PEOPLE







04 Analisis & Pembahasan Manajemen

Management
Discussion
& Analysis



- 106 **Ikhtisar Keuangan**
Financial Highlights
- 108 **Tinjauan Keuangan**
Financial Review
- 110 **Tinjauan Bisnis**
Business Review
- 122 **Tinjauan Operasional**
Operational Review

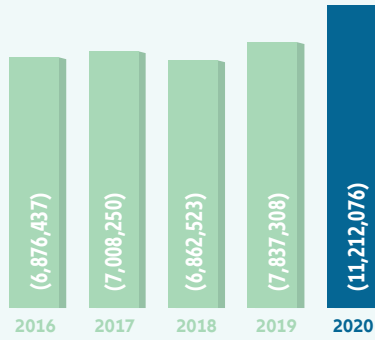
Ikhtisar Keuangan

Financial Highlights

Keterangan	2020	2019	2018	2017	2016	Information
Pendapatan Premi Bruto	16,945,813	13,258,047	10,707,111	10,026,840	9,095,007	Gross Written Premium
Premi yang Disetahunkan	3,668,192	3,183,156	2,451,393	2,403,049	2,195,295	Annualized Net Premium
Beban Klaim	(11,212,076)	(7,837,308)	(6,862,523)	(7,008,250)	(6,876,437)	Claims Expenses
Pendapatan Investasi Bruto	2,690,124	2,480,807	419,925	3,717,209	2,815,166	Gross Investment Income
Beban Usaha	(4,025,599)	(3,385,889)	(3,467,219)	(3,330,916)	(2,727,280)	Operational Expenses
Laba Sebelum Pajak	1,691,295	1,526,888	899,975	329,564	905,890	Profit Before Tax
Laba Bersih	1,366,564	1,178,485	792,759	313,767	899,433	Net Income
Jumlah Aset	41,166,712	38,345,232	35,266,933	35,887,601	31,636,173	Total Assets
Jumlah Investasi	36,645,528	34,242,336	31,725,506	32,382,231	28,278,091	Total Investment
Jumlah Kewajiban & Cadangan Teknis	31,830,554	29,736,009	27,304,202	27,663,206	24,436,046	Total Liabilities & Technical Reserve
Ekuitas	7,090,980	6,511,324	5,768,100	6,030,989	5,381,290	Equity
Dana <i>Tabarru</i>	405,064	326,150	593,657	548,309	477,453	Tabarru Fund
<i>Risk-Based Capital</i> (RBC)	472%	340%	328%	379%	374%	Risk-Based Capital (RBC)

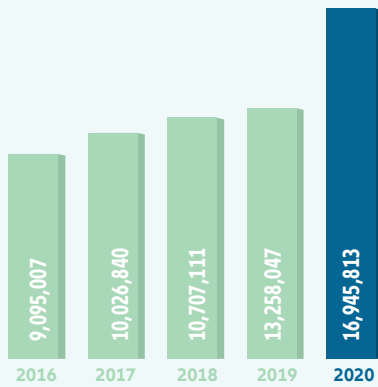
Pembayaran Klaim & Manfaat

Claims & Benefit Payments
dalam juta Rp/in million Rp



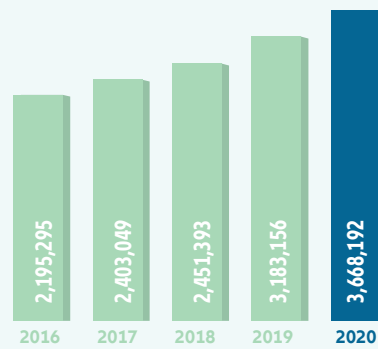
Premi Bruto

Gross Written Premium
dalam juta Rp/in Rp million



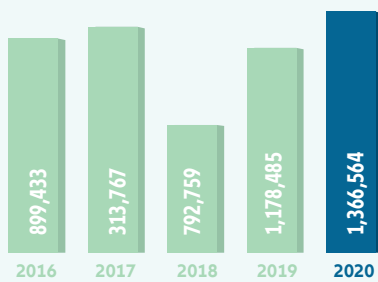
Premi yang Disetahunkan

Annualized Net Premium
dalam juta Rp/in Rp million



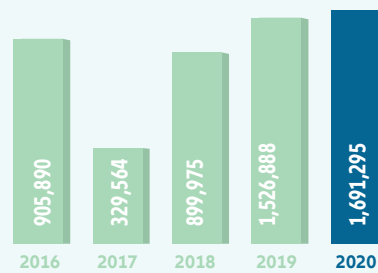
Laba Bersih

Net Income
dalam juta Rp/in Rp million



Laba Sebelum Pajak

Profit Before Tax
dalam juta Rp/in Rp million



Tinjauan Keuangan

Financial Review

Perusahaan meraih pertumbuhan yang kuat selama tahun 2020. Pertumbuhan ini terwujud melalui peningkatan jumlah Pendapatan Premi Bruto (PPB) sebesar 27,8%, dari Rp13,26 triliun pada 2019 menjadi Rp16,95 triliun pada 2020. Terdapat 2 (dua) pendorong utama dalam total PPB tahun 2020, dengan saluran *bancassurance* memberikan kontribusi terbesar dengan persentase 58,5%, disusul oleh Allianz Star Network sebagai saluran distribusi tenaga pemasaran dengan kontribusi 38,6%.

Dengan semakin luasnya portofolio produk Allianz yang mengedepankan perlindungan dan solusi komprehensif, Perusahaan menunjukkan komitmennya untuk terus memberikan layanan yang lebih cepat dan nyaman kepada para Nasabah melalui strategi multidistribusi. Kami meningkatkan layanan dengan memberikan pengalaman terbaik, dimulai sejak Nasabah membeli asuransi hingga mereka mengajukan klaim. Pada tahun 2020, Perusahaan telah membayarkan 192.031 klaim, dengan total klaim dan manfaat asuransi senilai Rp11,21 triliun di tahun 2020, atau naik 43,1% dibandingkan 2019. Komitmen Perusahaan menunjukkan kesehatan keuangan yang dapat diukur dengan rasio *Risk-Based Capital* (RBC), yang mencapai 472% per Desember 2020.

Berdasarkan laporan Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) pada kuartal ke empat 2020, Perusahaan mencatatkan peningkatan *Weighted New Business Premium** sebesar 15%, jauh melampaui rata-rata pertumbuhan pasar sebesar -12,2%. Selain itu, Perusahaan mencatatkan kenaikan Total Weighted Premium** sebesar 7,8%, di atas rata-rata pertumbuhan pasar sebesar -6,5%.

The Company recorded robust growth during 2020, reflected through a 27.8% increase in the Gross Written Premium (GWP) from Rp13.26 trillion in 2019 to Rp16.95 trillion. The total GWP in 2020 was contributed to by 2 (two) main drivers, with the bancassurance channel being the largest with 58.5%, followed by the Allianz Star Network as the agency channel with 38.6%.

With Allianz's broad product portfolio that provides comprehensive protection and solutions, the Company shows its commitment to continue to provide more convenient and faster services to Customers through an omnichannel strategy. Allianz has continuously increased service excellence by providing the best experience for Customers, starting from insurance purchase, until claim submission. In 2020, the Company paid out 192,031 insurance claims, with total claims and benefits worth Rp11.21 trillion, compared to 43.1% in 2019. The Company's financial health can be measured by its Risk-Based Capital (RBC) Ratio, which stood at 472% as of December 2020.

Based on the report from the Indonesian Life Insurance Association (AAJI) in the fourth quarter of 2020, the Company recorded a 15% increase in Weighted New Business Premium, surpassing the average market growth of -12.2%. In addition, the Company recorded a 7.8% increase in Total Weighted Premium**, far exceeding the average market growth that stood at -6.5%.*

Setelah dikurangi biaya operasional dan pajak penghasilan, laba bersih Perusahaan melonjak menjadi Rp1,37 triliun, meningkat 16,0% dibandingkan tahun sebelumnya yang mencatatkan laba bersih sebesar Rp1,18 triliun. Melihat pandemi global yang berdampak terhadap perekonomian Indonesia, pencapaian Perusahaan dapat dikatakan baik.

After deducting operating expenses and income tax, the Company's net income soared to Rp1.37 trillion, an increase of 16.0% compared to Rp1.18 trillion recorded in the previous year. As the global pandemic greatly affected the Indonesian economy, the performance of the Company was considered good.

Pencapaian di atas telah memberikan kontribusi yang berarti terhadap posisi aset Perusahaan per 31 Desember 2020 yang mencapai Rp41,17 triliun, meningkat 7,4% dari Rp38,35 triliun di tahun sebelumnya. Pada akhir tahun buku 2020, tercatat peningkatan ekuitas Perusahaan sebesar 8,9%, dari Rp6,51 triliun pada tahun 2019 menjadi Rp7,09 triliun.

The achievements mentioned above contributed to the position of the Company's assets, which as of 31 December, 2020 stood at Rp41.17 trillion, up 7.4% from Rp38.35 trillion recorded in the previous year. At the end of the 2020 financial year, the Company's equity also increased by 8.9%, from Rp6.51 trillion in 2019 to Rp7.09 trillion.

* Weighted New Business Premium = 10% premi tunggal + 100% premi tahun pertama

**Total Weighted Premium = 10% premi tunggal + 100% premi tahun pertama + 100% premi perpanjangan

* *Weighted New Business Premium = 10% single premium + 100% first-year premium*

***Total Weighted Premium = 10% single premium + 100% first-year premium + 100% renewal premium*

Allianz Star Network

Kinerja Bisnis 2020

Allianz Star Network (ASN) adalah kanal distribusi utama Perusahaan. ASN berhasil meningkatkan penjualan sejalan dengan produktivitas yang dihasilkan. Pertumbuhan ini didorong oleh adanya penambahan agen-agen milenial. Para agen milenial ini merupakan jembatan kami untuk menembus generasi muda dengan memperkenalkan konsep asuransi dengan cara yang lebih sederhana, cepat, dan andal.

Pada 2020, ASN memberikan kontribusi sebesar 38,6% dari total PPB, atau setara dengan Rp6,54 triliun dari PPB yang tercatat sebesar Rp16,95 triliun. ASN akan terus bertumbuh dengan berupaya memberikan perlindungan ke lebih banyak orang.

Pertumbuhan positif ini didukung oleh kemampuan Perusahaan dalam menghadapi disrupsi bisnis akibat pandemi COVID-19. Perusahaan telah melakukan berbagai langkah signifikan untuk beradaptasi dan mematuhi protokol kesehatan.

Strategi Pertumbuhan Bisnis pada 2020

ASN merupakan salah satu roda penggerak pertumbuhan terpenting dalam mendorong pertumbuhan Allianz Life Indonesia. Selaras dengan tujuan kami untuk meningkatkan produktivitas para agen, jumlah agen ASN pada 2020 juga bertambah. Komposisi agen milenial tercatat mengalami peningkatan pada 2020 menjadi lebih dari setengah total agen ASN secara keseluruhan. Hal ini membuktikan bahwa strategi dan fokus kami untuk merekrut agen milenial secara berkesinambungan selama beberapa tahun terakhir telah berhasil.

Business Performance in 2020

The Allianz Star Network (ASN) is the Company's main distribution channel where sales have grown in tandem with productivity. The addition of millennial agents into its sales force demographic has contributed to this sustainable growth. These young millennial agents have provided a gateway into penetrating the younger population by introducing insurance concepts in a convenient, fast, and reliable way.

ASN contributed a strong 38.6% of GWP or Rp6.54 trillion out of the Rp16.95 trillion of the Company's total GWP in 2020. ASN is committed to have continuous business growth and to grow in its efforts to protect more people.

This positive growth was attributed to the Company's ability to overcome the business disruptions caused by the COVID-19 pandemic. Significant efforts were made to adapt business operations and to follow health protocols.

Business Growth Strategy in 2020

Allianz Life Indonesia values ASN as one of its crucial growth engines driving the Company forward. In line to improve agents' productivity, the number of ASN agents in 2020 also increased. The composition of millennial agents was higher in 2020 and makes up more than half of the total number of ASN agents. This shows that our prior year strategy of recruiting millennial agents and continued focus for a number of years have been successful.

Pada pertengahan 2020, saat pandemi terjadi, kami meluncurkan Allianz eAZy Cover untuk memberikan kenyamanan bagi Nasabah dan agen Allianz selama proses pembelian dengan menggunakan telepon dan *video call*. Allianz eAZy Cover merupakan bagian dari beragam inovasi digital yang dikembangkan Allianz selama beberapa tahun terakhir. Kini seluruh proses di Allianz, mulai dari pembelian polis hingga pengajuan klaim, telah dilakukan secara digital dan dirancang untuk memberikan pengalaman yang cepat, mudah dan nyaman kepada para Nasabah.

Kompetensi Agensi

Sejak 2018, kami telah berinvestasi besar dalam melakukan pelatihan dan pengembangan kompetensi secara digital untuk para agen kami. Sepanjang 2020, kendati dalam masa pandemi, kami tetap mampu memenuhi semua hal mendasar dan terus melanjutkan program pengembangan profesional untuk para agen dengan cara yang paling efektif tanpa mengorbankan kualitas.

Agen-agen kami telah terdaftar dan terfasilitasi ke berbagai jenis pelatihan, termasuk *Basic Training Program* (BTP), *Fast Track to Management* dan CPD melalui *Learning Management System* kami, serta Allianz Learn. Pada tahun 2020, para agen Allianz yang telah menyelesaikan BTP meningkat 4 kali lipat dari tahun sebelumnya.

Prospek & Rencana Bisnis 2021

Pada 2021, Perusahaan akan melanjutkan strategi untuk merekrut lebih banyak agen milenial, melengkapi seluruh agen dengan perangkat digital yang beragam, meningkatkan kualitas secara terus menerus dan memberikan pengalaman terbaik bagi Nasabah.

Allianz eAZy Cover was launched during the pandemic in mid-2020 to continue to provide convenience for both Allianz's Customers and Allianz's agents during the purchasing process through voice and video calls. Allianz eAZy Cover is part of various digital innovations that Allianz has developed over the past few years. From policy purchase to claim submission, all processes in Allianz have been digitalized and designed to provide a fast, easy, and convenient experience for Customers.

Agency Competency

Since 2018, Allianz has invested heavily in digitalizing professional development training for agents. Throughout 2020, despite the pandemic, the Company was able to fulfill basic aspects and continue the professional development programs for agents in the most effective ways and still prioritize quality.

Allianz agents were enrolled in various trainings, including the Basic Training Program (BTP), Fast Track to Management, and CPD through the Learning Management System, as well as Allianz Learn. Allianz has enabled four times more agents to complete their Basic Training Program in 2020 as compared to the previous year.

Prospect & Business Plan in 2021

In 2021, the Company will continue its strategy of recruiting more millennial agents, equipping agents with digital tools, continuously improving quality, and enhancing the Customer experience.

Allianz Health and Corporate Solutions (AHCS)

Kinerja Bisnis 2020

Allianz Health and Corporate Solutions (AHCS) menyediakan layanan asuransi kesehatan yang inovatif yang telah menjadi faktor kesuksesan AHCS di masa lalu, saat ini, dan masa depan. AHCS berfokus untuk menyediakan pengalaman terbaik bagi para Nasabah guna memberikan perlindungan kepada lebih banyak orang. Pada 2020, AHCS memberikan kontribusi Pendapatan Premi Bruto (PPB) sebesar Rp2,4 triliun, meningkat 27% dibandingkan Rp1,9 triliun yang dibukukan pada tahun sebelumnya.

Strategi Pengembangan Bisnis 2020

Pada 2020, AHCS mengeluarkan produk-produk baru:

- Program Konversi Asuransi Kesehatan Individu
- Produk Asuransi Tambahan Critical Illness Syariah
- Asuransi Group Mikro Tradisional

Prospek & Rencana Bisnis 2021

AHCS akan terus fokus pada inovasi dan pengembangan produk yang mampu menunjang pertumbuhan bisnis. Sehingga pada tahun 2021, seluruh Nasabah asuransi jiwa individu akan dapat mengakses layanan telekonsultasi maupun layanan kesehatan lainnya melalui aplikasi Halodoc secara digital. Hal ini merupakan bagian dari rencana Allianz memberikan banyak keuntungan menarik secara rutin kepada Nasabah. Ke depannya, AHCS berencana mengeluarkan produk-produk baru di bawah ini:

- Produk asuransi rawat inap di rumah sakit dengan metode *cashless*, dalam bentuk produk dasar maupun produk tambahan, baik konvensional maupun syariah
- Produk asuransi penyakit kritis yang berfokus pada perlindungan keluarga
- Asuransi tambahan rawat inap di rumah sakit untuk Bancassurance
- Produk asuransi penyakit kritis dengan jalur melalui telemarketing, bekerjasama dengan Bank HSBC
- Produk asuransi santunan tunai harian rawat inap melalui jalur telemarketing
- Produk asuransi kesehatan melalui jalur digital
- Produk kesehatan berbasis kelompok/karyawan
- Produk tradisional berbasis kelompok/karyawan

Business Performance in 2020

Allianz Health and Corporate Solutions (AHCS) provides innovative health insurance solutions which has been the driving force behind the success of AHCS in the past, now, and in the future. AHCS focuses on delivering an excellent customer experiences in order protect people more people. In 2020, AHCS contributed Rp2.4 trillion to Gross Written Premium (GWP), increasing by 27% compared to Rp1.9 trillion the year before.

Business Growth Strategy in 2020

In 2020, AHCS launched several new products:

- *Individual Health Insurance Conversion Program*
- *Sharia Critical Illness Insurance Rider*
- *Traditional Micro Group Insurance*

Prospect & Business Plan in 2021

AHCS continues to focus on developing innovative products to support business growth. In 2021, the Company innovated its business processes enabling all Individual Life Customers to have access to teleconsultation services and other health services through the Halodoc digital application. This service was part of Allianz's plan to provide Customers with attractive regular benefits. In the future, AHCS will also carry out several innovations, such as:

- *Cashless hospitalisation insurance in the form of basic and additional products, both conventional and sharia*
- *Critical illness products that focus on family protection*
- *Hospitalisation insurance rider for Bancassurance*
- *Critical illness products through telemarketing, partnering with HSBC Bank*
- *Hospital cash plan through telemarketing*
- *Health insurance products through digital channels*
- *Community/employee-based health products*
- *Community/employee-based traditional products*

Allianz Life Bancassurance

Kinerja Bisnis 2020

Pada 2020, Perusahaan memperkuat kemitraannya dengan sejumlah bank besar di Indonesia, seperti Maybank, HSBC, dan BTPN serta menambah mitra bank baru, yakni QNB Indonesia. Melalui kemitraan ini, Allianz terus menawarkan beragam produk asuransi yang unggul dan bervariasi untuk menjawab kebutuhan Nasabah perbankan yang beragam.

Allianz meluncurkan berbagai produk baru yang mencakup produk-produk unit link, asuransi dwiguna/produk asuransi tunggal, dan asuransi jiwa kredit dengan para mitra bank. Kami juga meluncurkan berbagai macam funds unit-linked baik yang berbasis lokal maupun internasional untuk melengkapi ragam pilihan bagi Nasabah.

Di tengah situasi yang penuh ketidakpastian, bisnis Bancassurance mengalami pertumbuhan yang kuat di sepanjang tahun 2020. Bancassurance Allianz Life membukukan pertumbuhan Pendapatan Premi Bruto (PPB) sebesar 55% dibandingkan dengan tahun sebelumnya.

Pertumbuhan ini didukung oleh meningkatnya kesadaran masyarakat Indonesia akan pentingnya memiliki pertanggungansan asuransi terkait pandemi COVID-19 serta limpahan *flight-to-quality*.

Beberapa inisiatif yang kami lakukan sepanjang tahun 2020 adalah:

- Peluncuran berbagai produk, dana unit link, dan rider;
- Digitalisasi dan otomasi sehingga proses pembelian dan layanan asuransi menjadi lebih mudah dan cepat. Allianz merupakan perusahaan pertama yang meluncurkan penjualan unit link secara tatap muka digital dengan solusi eAZy Cover; dan
- Proses klaim yang lebih sederhana sebagai salah satu *best-in-class* di industri.

Business Performance in 2020

In 2020, the Company strengthened its partnership with major banks in Indonesia, such as Maybank, HSBC, and BTPN, as well as adding a new partner, QNB Indonesia. Through the partnership, Allianz continued to offer a wide range of excellent and varied insurance products to fulfill the needs of banking Customers.

New products were launched, comprised of unit-linked products, endowment insurance/single premium products, and credit life insurance with current bank partners. Furthermore, Allianz also launched new unit-linked funds, both onshores and offshores to complete the range of options for our Customers.

Amidst the uncertainties, the Bancassurance business experienced robust growth throughout 2020. Bancassurance Allianz Life posted a Gross Written Premium (GWP) growth of 55% compared to the previous year.

This growth was supported by the increasing insurance awareness due to the COVID-19 pandemic and flight-to-quality abundance in Indonesia.

Activities carried out in 2020, included:

- *Launch of new products, unit-linked funds, and riders;*
- *Digitization and automation to make the purchasing process and insurance services easier and faster. Allianz was the first company to launch digital face-to-face solution, eAZy Cover, for unit-linked products purchase; and*
- *Simpler claims process as one of the best-in-class in the industry.*

Tinjauan Bisnis

Business Review

Strategi Pengembangan Bisnis 2020

Pada 2020, Bancassurance Allianz fokus pada pengembangan inisiatif strategis untuk menjadi yang terdepan dalam memberikan layanan prima kepada Nasabah lama maupun Nasabah baru.

Kami juga terus meningkatkan otomatisasi dan penyederhanaan proses untuk memperkaya pengalaman Nasabah dan distributor kami, serta menyelenggarakan berbagai jenis pelatihan untuk mengasah dan mempertajam keterampilan serta pengetahuan SDM kami.

Kami juga menambah kanal penjualan baru mitra perbankan baru, telemarketing, distribusi langsung oleh staf layanan Nasabah dari mitra bank kami, serta kanal digital baru. Pada 2020, kami menyelenggarakan beragam customer gathering secara virtual serta meluncurkan produk *High Net Worth Individual*, sebagai bentuk komitmen Bancassurance dalam memberikan layanan asuransi terbaik bagi Nasabah.

Proyeksi & Rencana Bisnis 2021

Memasuki tahun 2021, Perusahaan telah mempersiapkan berbagai rencana bisnis baru, di antaranya adalah bekerjasama dengan mitra-mitra perbankan baru, memperluas segmen bisnis telemarketing melalui mitra perbankan kami, serta menyediakan produk-produk baru yang inovatif bagi Nasabah dan masyarakat.

Beberapa bank-bank baru yang akan bergabung dengan Allianz sebagai distributor pada semester pertama tahun 2021 adalah KEB Hana Bank (Januari 2021) dan Bank BJB (Juni 2021).

Business Growth Strategy in 2020

In 2020, Allianz Bancassurance focused on developing strategic initiatives to become a leading insurance entity by providing excellent services to both existing and new Customers.

Automation and process simplifications were developed to enrich Customers and Distributors experience, as well as organizing various types of training to improve the skills and knowledge of Human Resources.

Also, we added sales channels: new banking partners, telemarketing, direct distribution by customer services in banking partners, along with new digital channels. In 2020, various virtual customer gatherings were held and we launched the High-Net-Worth Individual products, as a form of Bancassurance commitment in providing the best insurance solutions to Customers.

Prospect & Business Plan in 2021

Entering 2021, the Company has prepared a number of business strategies, among them are partnering with new banks, broadening telemarketing business segments through our bank partners, and providing new and innovative products to Customers and the public.

Several new banks will join as Allianz distributors in the 1st semester in 2021, namely Hana Bank (January 2021) and BJB Bank (June 2021).

Emerging Consumers

Kinerja Bisnis 2020

Allianz merupakan salah satu pemain asuransi terbesar di segmen ini dan terus mengembangkan segmen asuransi *Emerging Consumer*.

Pada 2020, Emerging Consumers berhasil membukukan Pendapatan Premi Bruto (PPB) sebesar Rp62 miliar dengan memberikan proteksi kepada 6,2 juta Nasabah sampai dengan 31 Desember 2020.

Di samping itu, Allianz juga memiliki gagasan inovatif dengan menjangkau komunitas-komunitas RT/RW dengan produk asuransi Uang Duka. Dengan premi yang terjangkau mulai dari Rp1.500,00 per bulan, ribuan anggota baru telah terlindungi.

Strategi Pengembangan Bisnis 2020

Kami meluncurkan produk baru, yaitu Sekoci Amana di tahun 2020. Produk ini merupakan produk asuransi jiwa berbasis syariah yang ditujukan untuk masyarakat konsumen mikro maupun *emerging market*. Selain itu, sebagai bagian dari tanggung jawab Perusahaan untuk mendukung segmen *Emerging Consumers*, Perusahaan terus melakukan sosialisasi kepada masyarakat guna meningkatkan kesadaran akan pentingnya memiliki proteksi.

Proyeksi & Rencana Bisnis 2021

Ke depannya, kami akan terus melakukan pengembangan, khususnya terkait peningkatan proses otomatisasi dalam kegiatan operasional guna memudahkan dan mempercepat penyediaan perlindungan asuransi. Selain itu, kami akan senantiasa melakukan optimalisasi kemitraan bisnis yang potensial dengan memperluas cakupan segmen usaha dan prioritas.

Business Performance in 2020

Allianz is one of the largest insurance companies in this segment that continues to develop the Emerging Consumer insurance segment.

In 2020, Emerging Consumers managed to generate Rp62 billion Gross Written Premium (GWP) by providing protection to 6.2 million Customers as of December 31, 2020.

Allianz also carried out innovative actions by reaching out to communities in household areas with Funeral Funds insurance products. With an affordable premium starting from Rp1,500.00 per month, thousands of new members are now protected.

Business Growth Strategy in 2020

A new product, Sekoci Amana, was launched in 2020. Sekoci Amana is a sharia-based insurance product for the emerging market. Moreover, as part of the Company's responsibility to support the emerging consumer, the Company continued to conduct socialization to the public aimed at increasing awareness of the importance of having protection.

Prospect & Business Plan in 2021

Going forward, the Company will continue to improve the quality and expand the scope of automation in its operational activities in order to facilitate and accelerate protection coverage. In addition, we aim to optimize potential business partnerships by expanding the scope of business segments and priorities.

Allianz Life Syariah

Kinerja Bisnis 2020

Allianz Life Syariah, unit usaha syariah Allianz Life Indonesia, membukukan Pendapatan Premi Bruto (PPB) sebesar Rp1,5 triliun di 2020, atau meningkat 22% dibandingkan tahun sebelumnya. Total aset Allianz Life Syariah mengalami pertumbuhan signifikan sebesar 19,4%, dari Rp3,4 triliun pada 2020 menjadi Rp4,06 triliun.

Dana Tabarru' yang dikelola Allianz Life Syariah pada 2020 sebesar Rp405,06 miliar atau meningkat sebesar 24,2% dibandingkan tahun sebelumnya. Hal ini menunjukkan kepercayaan tinggi masyarakat terhadap pengelolaan dana Allianz Life Syariah.

Terdapat lebih dari 90 ribu Peserta Allianz Life Syariah pada 2020. Bisnis unit syariah mencatatkan pembayaran klaim dan manfaat asuransi sebesar Rp519,4 miliar di tahun 2020.

Selain kualitas produk Syariah yang unggul, kinerja Allianz Life Syariah juga didukung oleh kerja keras para agen syariah. Per kuartal keempat 2020, kami memiliki 16,600 agen berlisensi syariah dari Asosiasi Asuransi Syariah Indonesia (AASI).

Strategi Pengembangan Bisnis 2020

Allianz Life Syariah memiliki beragam produk yang merupakan perwujudan prinsip berbagi kebaikan dan saling melindungi, di antaranya:

- **AlliSyia Protection Plus**, asuransi jiwa unit link yang memberikan santunan meninggal dunia dan dapat digunakan sebagai dana warisan bagi keluarga yang ditinggalkan dengan nilai investasi yang potensial;
- **Flexi Critical Illness Syariah** yang memberikan perlindungan dengan menyediakan dana pengobatan yang siap siaga apabila terjadi penyakit kritis;
- **Hospital & Surgical Care Premier Syariah X**, sebuah asuransi kesehatan individu yang memberikan proteksi atas biaya kesehatan yang terus meningkat dari tahun ke tahun; serta
- **Fitur Wakaf** pada Allisya Protection Plus, amalan dalam bentuk uang (manfaat asuransi) yang memungkinkan pemegang polis untuk menyumbangkannya ke badan amal tertentu.

Business Performance in 2020

Allianz Life Syariah, the sharia business unit of Allianz Life Indonesia, recorded a Gross Written Premium (GWP) of Rp1.5 trillion in 2020, or an increase of 22% compared with the previous year. The total assets of Allianz Life Syariah experienced a significant growth of 19.4%, from Rp3.4 trillion to Rp4.06 trillion in 2020.

Tabarru' funds managed by Allianz Life Syariah in 2020 amounted to Rp405.06 billion or an increase of 24.2% compared to the previous year. This demonstrates public trust in the Allianz Life Syariah fund management.

In 2020, more than 90 thousand people participated in Allianz Life Syariah. The sharia business unit has paid insurance claims and benefits amounting to Rp519.4 billion in 2020.

In addition to the superior quality of Sharia products, the performance of Allianz Life Syariah was supported by the hard work of sharia agents. As of the fourth quarter of 2020, the Company had 16,600 sharia agents licensed by the Indonesian Sharia Insurance Association (AASI).

Business Growth Strategy in 2020

Allianz Life Syariah has a wide range of products in line with the principles of sharing kindness and protecting each other, as follows:

- **AlliSyia Protection Plus**, an unit-linked life insurance that provides death benefits, which can be used as an inheritance fund with a potential investment value;
- **Flexi Critical Illness Syariah**, protects by providing medical funds that are available in case of critical illness;
- **Hospital & Surgical Care Premier Syariah X**, an individual health insurance that protects medical expenses that continue to increase from year to year;
- **The Waqf** feature in Allisya Protection Plus, an endowment fund in the form of money (insurance benefit) that allows policyholders to donate it to selected charities.

Sebagai penguatan terhadap produk-produk asuransi syariah di atas, Allianz Life Syariah juga meluncurkan kampanye #AwaliDenganKebaikan yang bertujuan untuk mengajak masyarakat berbagi kebaikan dengan menominasikan sosok-sosok sederhana di sekitarnya. Sosok dengan kisah paling inspiratif yang terpilih melalui voting oleh masyarakat mendapatkan kesempatan untuk melakukan ibadah umroh ke tanah suci.

Melalui kampanye ini, diharapkan masyarakat semakin teredukasi mengenai nilai-nilai universal dari berbagi kebaikan yang sejalan dengan konsep asuransi jiwa syariah.

Pada 2020, Allianz Life Syariah melakukan berbagai inovasi di bawah ini:

- Allianz Syariah Business Lounge, merupakan area khusus yang berlokasi di Allianz Tower, Jakarta dan berfungsi sebagai pusat kegiatan (pelatihan, pembinaan, meeting, rekrutmen) bagi komunitas agen yang ingin mengembangkan bisnis syariah.
- Sosialisasi Allianz Syariah melalui Media Sosial, merupakan kegiatan sosialisasi dan aktivitas untuk meningkatkan kesadaran mengenai asuransi syariah kepada masyarakat melalui media sosial Instagram dalam bentuk Instagram Live.
- Allianz Syariah Goes to Campus, merupakan kegiatan kunjungan yang dilakukan oleh Allianz Life Syariah ke perguruan tinggi dan bertujuan untuk memberikan literasi asuransi syariah kepada para mahasiswa/i.

Proyeksi & Rencana Bisnis 2021

Pada 2021, kami berencana untuk melakukan inisiatif pengembangan bisnis sebagai berikut:

- Meneruskan tren pertumbuhan bisnis yang mulai meningkat di kuartal 4 tahun 2020 dengan proyeksi optimis
- Mengembangkan produk tradisional baru untuk kanal keagenan dan saluran distribusi alternatif
- Memperkuat sinergi dengan mitra bancassurance syariah
- Mencari peluang-peluang pertumbuhan yang belum dimanfaatkan untuk memastikan kesiapan unit menuju rencana *spin-off* di 2023
- Memperkuat brand awareness Allianz Life Syariah
- Melipatgandakan jumlah agen berlisensi syariah

To support the range of sharia insurance products, Allianz Life Syariah launched the #AwaliDenganKebaikan campaign, which was aimed at inviting people to share kindness by sharing stories of inspirational figures around them. The most inspiring stories, voted by the public, were given the opportunity to experience the Umrah pilgrimage trip to the Holy Land.

Through this campaign, it was expected that the public will be more educated about the universal values of sharing kindness which is in line with the concept of sharia insurance.

In 2020, Allianz Life Syariah performed the following innovations:

- *Allianz Syariah Business Lounge, a special area located at Allianz Tower, Jakarta which hosts various activities (training, coaching, meetings, recruitment) for Allianz agents who want to develop sharia business.*
- *Allianz Syariah Socialization through social media to increase public awareness of sharia insurance through the Instagram Live platform.*
- *Allianz Syariah Goes to Campus is a campus visit programme to providing sharia insurance literacy to undergraduate students.*

Prospect & Business Plan in 2021

In 2021, Allianz Syariah plans to carry out these business development initiatives:

- *Continuing the business growth trend that began in the fourth quarter of 2020 with optimistic projections*
- *Developing new traditional products for agency and alternative distribution channels*
- *Strengthening synergy with sharia bancassurance partners*
- *Looking for untapped growth opportunities to ensure unit readiness for a spin-off plan in 2023*
- *Strengthening the brand awareness of Allianz Life Syariah*
- *Multiplying the number of sharia licensed agents*

Dana Investasi

Kinerja Bisnis 2020

Perusahaan berhasil mempertahankan kinerja meskipun berada di tengah-tengah pasar domestik dan global yang bergejolak pada 2020. Kami telah membuktikan kemampuan kami dalam mengelola 62 dana investasi, 26 di antaranya adalah produk unit link. Tiga produk favorit Nasabah di tahun 2020 adalah SmartLink Equity Fund, SmartLink Balanced Fund, SmartLink Fixed Income Fund; masing-masing memiliki total dana Rp10,26 triliun, Rp2,08 triliun, dan Rp1,82 triliun.

Kami menutup tahun 2020 dengan laba atas investasi yang menguntungkan. Kami mencatat *Asset Under Management* (AUM) sebesar Rp42,70 triliun, atau meningkat 6,27% dibandingkan tahun sebelumnya yang membukukan AUM sebesar Rp40,18 triliun. Jumlah tersebut termasuk kontribusi dari Dana Pensiun Lembaga Keuangan Allianz (DPLK). AUM kami mencakup dana dari produk unit link (55%), produk asuransi jiwa dan kesehatan (26%), serta DPLK (19%).

Strategi Pengembangan Bisnis 2020

Kami terus berupaya adaptif dan tangkas dalam mengikuti tren pasa. Berbagai strategi telah kami terapkan untuk terus meningkatkan kinerja produk unit link dengan mengutamakan prinsip kehati-hatian dalam menjalankan strategi kami.

Perusahaan mendukung penerapan keuangan berkelanjutan sesuai dengan peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dengan mengedepankan keselarasan antara aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan hidup. Selain telah mengimplementasikan kriteria *Environmental, Social & Governance* (ESG) dalam proses investasi di dalam pengelolaan asuransi jiwa, Allianz juga telah meluncurkan *fund* unit-link pertama berbasis ESG yaitu Smartwealth Dollar Equity Sustainability untuk mendukung komitmen tersebut.

Investment Fund

Business Performance in 2020

Allianz Life Indonesia managed to succeed despite the volatility of domestic and global markets in 2020. We have proven our ability to manage 62 alternative funds successfully; 26 of which are unit-linked products. The three unit-linked funds most preferred by Customers were the SmartLink Equity Fund, SmartLink Balanced Fund, and SmartLink Fixed Income Fund; each having a total fund of Rp10.26 trillion, Rp2.08 trillion, and Rp1.82 trillion, respectively.

The year 2020 closed with a favorable return on investments recording Asset Under Management (AUM) at Rp42.70 trillion, or an increase of 6.27% compared to the previous year at Rp40.18 trillion. This amount included the contribution from the Allianz Financial Institution Pension Fund (DPLK). The Company's AUM consists of funds from unit-linked products (55%), life and health insurance products (26%), and Savings Plan and Pension Fund (19%).

Business Growth Strategy in 2020

The Company strives to be more adaptive and agile in adjusting to market trends. We have implemented various strategies to improve our unit-linked funds performance and applied the principle of prudence in executing our strategies.

The Company supports the implementation of sustainable finance as per Financial Services Authority (OJK) regulations by promoting coherence between economic, social and environmental aspects. In addition to implementing Environmental, Social, and Governance (ESG) criteria in the investment process in life insurance management, Allianz also launched the first ESG-based unit-linked fund, namely Smartwealth Dollar Equity Sustainability, to support this commitment.

Fund ini berfokus pada perusahaan global yang telah menerapkan praktik keberlanjutan dalam praktik bisnis mereka, seperti kegiatan bisnis yang ramah lingkungan dan bertanggung jawab secara sosial. Dengan hadirnya fund ini, kami berharap Nasabah tidak hanya mendapatkan pilihan investasi untuk diversifikasi, tetapi juga dapat memberikan kontribusi dalam masa depan yang berkelanjutan.

Prospek & Rencana Bisnis 2021

Pada 2021, Perusahaan berencana menjalankan strategi investasi kami di saham dengan memulai peningkatan eksposur saham defensif dan nondefensif secara progresif, serta dengan mencermati ekspektasi pemulihan ekonomi pada tahun 2021 dan 2022.

Rencana kami juga diperkuat dengan adanya prospek aliran dana asing terhadap proyek Baterai Kendaraan Listrik (*Electric Vehicle/ EV Battery*), yang akan menjadikan Indonesia menjadi produsen baterai terbesar di dunia dan menjadi peran penting di rantai produksi EV.

Apapun kondisinya, secara umum preferensi Perusahaan tetap tidak berubah pada saham - saham yang memiliki kekuatan harga, neraca yang efisien dan tata kelola perusahaan yang baik. Untuk obligasi, kami mempertahankan pandangan positif dalam pendapatan tetap. Pandangan kami masih positif terhadap pasar obligasi Indonesia. Likuiditas yang cukup di perbankan dan inflasi yang terhaga adalah beberapa faktor positif yang mendasari pandangan positif kami terhadap pasar obligasi Indonesia. Namun kami tetap memperhatikan dengan saksama pergerakan UST *yield* dan postur APBN di 2021, yang akan berpengaruh terhadap dinamika dan volatilitas pasar obligasi.

This fund focuses on global companies that have implemented sustainability practices in their business, such as environmentally friendly and socially responsible business activities. It is expected that with the presence of this fund, Customers will not only receive investment options for diversification but will also be able to contribute to a sustainable future.

Prospect & Business Plan in 2021

In 2021, the Company plans to implement an investment strategy in stocks by starting a progressive increase in its exposure to defensive and non-defensive stocks, as well as anticipating the economic recovery in 2021 and 2022.

Plans are also being strengthened by the prospect of a flow of foreign funds towards the Electric Vehicle (EV) Battery project which has turned Indonesia into the largest battery producer in the world, as well as having an important role in the EV production chain.

Regardless of circumstances, the Company preference remains generally unchanged for stocks that have pricing power, efficient balance sheets and Good Corporate Governance. For bonds, a positive outlook on a fixed income is maintained. A positive opinion on Indonesia's bond market is still held by the Company. A sufficient liquidity in the banking sector and a stable inflation rate are several positive factors influencing this positive outlook on Indonesia's bond market. Furthermore, the Company still carefully observes the movement of UST yields and the posture of 2021 State Budget, which will affect the bond market dynamics and volatility.

Kemitraan Digital

Kinerja Bisnis 2020

Untuk terus memberikan perlindungan asuransi kepada lebih banyak masyarakat Indonesia, Allianz melengkapi jalur distribusi yang sudah ada, dengan melakukan kerja sama strategis dengan para mitra digital. Hal ini dilakukan karena Allianz percaya bahwa setiap segmen dalam masyarakat memiliki titik kontak dan kebutuhan produk yang berbeda. Allianz memastikan setiap saluran distribusi dapat memberikan solusi perlindungan sesuai segmennya masing-masing. Hingga kuartal kedua tahun 2020, Allianz merupakan salah satu pemain utama asuransi di kategori e-commerce/digital, menguasai pangsa pasar sebesar lebih dari 30%.

Strategi Pengembangan Bisnis 2020

Allianz sepenuhnya menyadari bahwa layanan yang cepat dan nyaman merupakan salah satu faktor utama dalam memenangkan hati Nasabah di era disrupsi dan ekonomi digital ini. Melalui kerja sama strategis dengan mitra digital, kami percaya bahwa manfaat dan layanan asuransi dapat dinikmati oleh banyak orang, mudah diakses, dan dipahami oleh Nasabah dari semua kalangan. Kemitraan kami dengan para perusahaan digital diharapkan dapat membantu kami untuk menjangkau lebih banyak orang melalui saluran konvensional.

Gojek

Kami bekerja sama dengan Gojek melakukan beberapa inisiatif untuk membuat asuransi lebih mudah diakses oleh masyarakat:

- Meluncurkan program #ProteksiCumaCuma, yang memberikan perlindungan asuransi jiwa dengan premi gratis kepada seluruh pengguna GoPay Plus.
- Meluncurkan produk Hospital Cash Plan yang dijual pada layanan GoSure di aplikasi Gojek.

Digital Partnership

Business Performance in 2020

To continuously insure more Indonesians, Allianz complements the existing distribution channels, by solidifying strategic partnerships with digital partners. Allianz believes that every segment in society has different points of contact and product needs. Therefore, Allianz ensures that each distribution channel can provide protection solutions as per their respective segments. Until the second quarter of 2020, Allianz was one of the main insurance leaders in the e-commerce/digital category, achieving more than 30% of the market share.

Business Growth Strategy 2020

Allianz is fully aware that fast and convenient service is one of the main factors in winning Customers hearts in this era of disruption and the digital economy. Through strategic cooperation with digital partners, the Company believes that insurance benefits and services can be enjoyed by more people, as well as more accessible and easily understood by different types of Customers. Our partnership with companies engaged in the digital industry is expected to help us reach a wider audience than through conventional channels.

Gojek

The Company cooperates with Gojek and has launched the following initiatives to make insurance more accessible to the public:

- #ProteksiCumaCuma program, which provides life insurance with free premiums to all GoPay Plus users.
- Hospital Cash Plan product in the GoSure service on the Gojek application.

- Melanjutkan inisiatif asuransi kesehatan untuk para mitra Gojek dan keluarganya dengan premi yang sangat terjangkau (Rp2.300,00 per hari) dan program-program yang menarik, seperti gratis premi pada bulan pertama dan cashback premi untuk mitra Gojek yang menjadi Nasabah produk asuransi kesehatan Allianz.
- Bekerja sama dengan PasarPolis, Allianz meluncurkan program pemasaran Asuransi Jiwa Mikro Sekoci.
- *Health insurance initiatives for Gojek Partners and their families with affordable premiums (Rp2,300.00 per day) and attractive programmes, such as free premiums in the first month and premium cashback for loyal Gojek drivers who become the Customer of Allianz's health insurance products.*
- *Collaboration with PasarPolis to launch a Micro Sekoci Life Insurance marketing programme.*

Halodoc

Kami juga bekerja sama dengan Halodoc untuk memberikan layanan kepada Nasabah sebagai berikut:

- Layanan konsultasi dokter online gratis untuk seluruh Nasabah Allianz di 2020.
- Redeem Allianz Smart Point dengan voucher belanja di Halodoc.
- Program *chatbot* untuk mengetahui risiko seseorang terkait COVID-19.

Prospek & Rencana Bisnis 2021

Perkembangan teknologi yang sangat cepat mampu menyediakan cara yang mudah dan nyaman untuk berasuransi dan meningkatkan akses masyarakat ke keuangan. Ke depannya, kami akan terus mempelajari kebutuhan pasar di setiap segmen dan mencari peluang terbaik untuk bekerja sama dengan mitra digital lain. Kami ingin memberikan berbagai solusi dan inovasi yang dapat memenuhi kebutuhan pasar. Kami berharap semua kemitraan yang kami bangun, termasuk akan semakin mendukung tujuan utama kami untuk mengasuransikan lebih banyak orang. Sinergi ini pada akhirnya akan meningkatkan indeks inklusi keuangan dan literasi keuangan di Indonesia.

Halodoc

The Company cooperates with Halodoc in providing services to Customers, such as:

- *Free online doctor consultation services for Allianz Customers in 2020.*
- *Redeem Allianz Smart Point with shopping vouchers in Halodoc.*
- *Chatbot program to identify a person's risk related to COVID-19.*

Prospect & Business Plan in 2021

Rapid digital growth means providing easy and convenient way to insurance and increases public access to finance. Looking ahead, Allianz will continue to study the market needs in each segment and look for the best opportunities to work with other digital partners. The Company wants to provide a variety of solutions and innovations that can meet the evolving market needs and hopes that all partnerships will support the ultimate goal of insuring more people. This synergy will ultimately improve the financial inclusion index and financial literacy of people in Indonesia.

Tinjauan Operasional

Operational Review

Allianz Life Indonesia secara konsisten melakukan perbaikan untuk mendorong pertumbuhan bisnis. Berkaitan dengan hal tersebut, sejak 2019 kami telah menjalankan Center of Excellence (CoE) untuk proses operasional yang lebih baik. CoE terdiri dari 3 (tiga) aspek penting berdasarkan perjalanan bisnis, yaitu *On-Boarding*, *Customer & Agent Engagement*, dan *Claim Experience*.

Untuk produk asuransi jiwa yang ditawarkan melalui kanal keagenan dan Bancassurance, kami telah berhasil memanfaatkan Allianz Discover/ Banca Toolbox sebagai digital platform penjualan yang telah mengalami pengembangan sejak pertama kali diluncurkan pada 2015. Aplikasi tersebut memudahkan konsultan asuransi dalam memproses polis asuransi yang dibeli oleh calon Nasabah. Salah satu keuntungan menggunakan Allianz Discover adalah dapat menerbitkan polis elektronik hanya dalam 5 (lima) menit. Hingga akhir 2020, jumlah polis elektronik yang diterbitkan dalam waktu maksimal 5 (lima) menit mencapai 20% dari total aplikasi yang diajukan. Dibandingkan dengan 2019 yang membutuhkan waktu 5 (lima) hingga 7 (tujuh) hari untuk mengirimkan polis asuransi, kini dapat dikirimkan di hari yang sama.

Untuk memperkuat hubungan antara Nasabah dan agen, di tahun 2020 kami terus mengembangkan kanal komunikasi yang efisien. Salah satunya adalah Allianz eAZy Connect, yang dirancang bagi Nasabah untuk memantau kinerja polis dan melakukan transaksi secara mandiri, mulai dari pengkinian data pribadi, perubahan metode pembayaran, penambahan dan pengalihan dana investasi, serta memperoleh laporan transaksi, informasi investasi, dan lainnya.

Allianz Life Indonesia consistently makes improvements to boost business growth. To improve operational process, in 2019 we established the Centre of Excellence (CoE), which continued throughout 2020. The CoE is comprised of three important aspects based on the business journey, namely On-Boarding, Customer & Agent Engagement, and Claim Experience.

As for life insurance products who are offered via Agency and Bancassurance channel, Allianz successfully utilized the Allianz Discover/ Banca Toolbox as a digital sales platform, which has undergone development since it was first launched in 2015. The application makes it easier for insurance advisors to process insurance policies purchased by prospective Customers. One of the advantages of using Allianz Discover is the ability to issue an e-policy within only five minutes. As of the end of 2020, e-policies issued within five minutes reached 20% of the total submissions. Compared with 2019 where it took five to seven days to deliver an insurance policy, the Company has managed to improve to same-day service.

To strengthen the engagement between Customers and agents, efficient communication channels were continuously enhanced in 2020. One of them was Allianz eAZy Connect, designed for Customers to monitor policy performance and conduct transactions independently, starting from updating personal data and changing payment methods, to transferring investment funds, as well as obtaining transaction reports and investment information, and many more.

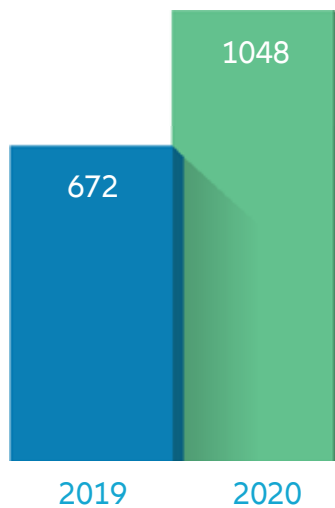
Di tahun 2020, kami melakukan penambahan fitur pengajuan dan pemantauan status klaim pada Allianz eAZy Connect. Melalui fitur ini, Nasabah hanya perlu mencari menu klaim kesehatan, kemudian memasukkan informasi tentang klinik atau rumah sakit, tanggal, dan unggah faktur. Cara ini sangat mudah dan semua klaim diproses dalam rentang waktu 24-48 jam. Informasi status klaim juga dapat dengan mudah dipantau dengan Allianz eAZy Connect. Sepanjang tahun 2020, kami membayar 31% klaim asuransi kesehatan dalam waktu 24 jam.

In 2020, Allianz eAZy Connect added features to submit and check the status of claims. These features allow Customers to file a health insurance claim by accessing the health claims menu, then input all of the information needed, then upload their invoices. It is very easy and all claims are processed between 24-48 hours. Claim status information can also be easily monitored with Allianz eAZy Connect. Throughout 2020, The Company paid out 31% of health insurance claims within 24 hours.

Berbagai pengembangan telah dilakukan di Departemen Customer Service pada tahun 2020. Berbagai transaksi polis seperti pengkinian data pribadi, perubahan metode pembayaran premi, dan konfirmasi transaksi penarikan dana investasi dapat dilakukan melalui Customer Service dengan adanya pengembangan fitur pada Customer System Management (CSM) yang diluncurkan sejak penghujung tahun 2019.

In 2020, Customer Service Department carried out many improvements. Various policy transactions such as updating personal data, changing premium payment methods, and confirmation of investment fund withdrawal transactions, could be made through Customer Service with the feature development in the Customer System Management (CSM) which was launched at the end of 2019.

**Jumlah Pengaduan/Total Complaint
2019 vs 2020**



Tinjauan Operasional

Operational Review

Seiring dengan pengembangan yang dilakukan Departemen *Customer Service*, maka semakin banyak Nasabah yang juga menyampaikan masukan melalui Departemen ini dan mencatatkan kenaikan sebesar 36%. Meski kami juga menerima pengaduan di tahun 2020, seluruh pengaduan tersebut telah diselesaikan dan juga dijadikan sebagai masukan untuk pengembangan dan perbaikan kualitas layanan selanjutnya.

Sepanjang pandemi COVID-19 di tahun 2020, kegiatan operasional pun disesuaikan, di antaranya penerapan protokol kesehatan dan kebijakan *physical distancing* (pembatasan jarak) pada layanan tatap muka Nasabah dan Agen. Selain itu kami juga memberikan relaksasi kepada Nasabah dan agen dalam hal pengajuan transaksi melalui email, untuk memberikan kemudahan selama masa pandemi. Kami mencatat bahwa kegiatan operasional dilakukan 74% dari rumah pada 2020.

Untuk terus memberikan kemudahan dan dukungan kepada agen, pada tahun 2020 kami melakukan pengembangan pada portal *Agency Connect*, yaitu, penambahan fitur transaksi digital, fitur perubahan data Nasabah, perubahan metode pembayaran premi, serta pengiriman laporan transaksi Nasabah. *Agency Connect*, merupakan portal bagi agen untuk memantau kinerja penjualan mereka, status polis dan transaksi Nasabah, serta pengajuan dan status klaim.

Selain itu, layanan *Allianz eAZy Payment* kami memungkinkan Nasabah membayar premi dengan cara yang lebih nyaman. Untuk layanan ini, kami bekerjasama dengan jaringan retail seperti *Indomaret*, fasilitas *GoPay*, dan pembayaran *host-to-host* dengan *BCA* dan *Mandiri*.

In line with improvements carried out by the Customer Service Department, more and more Customers submitted their input through this department, an increase of 36%. All complaints received during 2020 have also been resolved and we took it as a lesson to improve the quality of service in the future.

During the COVID-19 pandemic in 2020, operational activities were adjusted, such as the implementation of health protocols and physical distancing policies on face-to-face services for Customers and agents. Besides, the relaxation of submitting transactions via email to provide convenience, during the pandemic, 74% of operational activities in 2020 were carried out from home.

To provide assistance and support to agents in 2020, enhancements were made to Agency Connect portal, such as adding digital transaction features, adding features to change customer data, changing premium payment methods, and sending customer transaction reports. Agency Connect is a portal for agents to monitor their sales performance, policy status, and customer transactions, as well as submissions and claim status.

On top of that, Allianz eAZy Payment service now allows Customers to pay premiums more conveniently. For this service, the Company collaborated with retail networks, such as Indomaret, GoPay facilities, and host-to host payments with BCA and Mandiri.

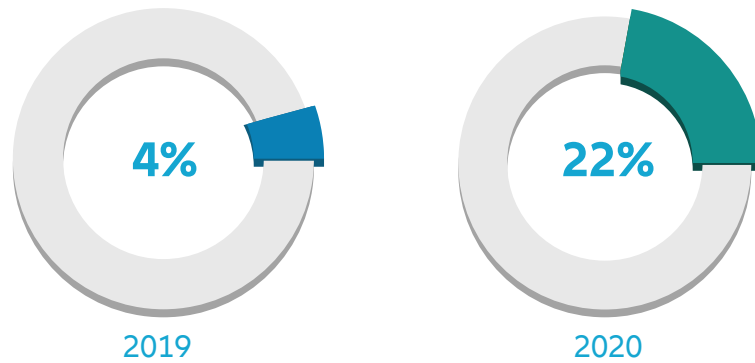
Pada 2020, pemanfaatan *self-service inquiry* oleh agen terus memperlihatkan peningkatan yang menggembirakan, di mana 75% *inquiry* sudah dilakukan secara mandiri oleh Agen melalui portal yang disediakan.

In 2020, the use of the self-service inquiry by agents displayed an increase, as 75% of inquiries were carried out independently by agents through the portal.

Seluruh upaya pengembangan digitalisasi transaksi untuk memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi Nasabah dan agen juga membuahkan hasil dengan adanya peningkatan transaksi *straight through processing* sebesar 22% pada tahun 2020.

All efforts to develop digital transactions to provide better convenience and comfort for Customers and agents generated positive results with an increase of straight-through processing transactions by 22% in 2020.

STP PSA
2019 vs 2020





05 Tata Kelola Perusahaan

Corporate
Governance



Tata Kelola Perusahaan

Corporate Governance



128

Komitmen Allianz

Dalam mempertahankan reputasinya, Allianz berkomitmen untuk menerapkan praktik tata kelola perusahaan yang baik (*Good Corporate Governance/GCG*) sebagai salah satu fondasi utama. Dengan menjalankan praktik GCG secara konsisten dan berkelanjutan, kami mampu mengelola bisnis yang profesional, beretika dan berintegritas.

Praktik GCG Allianz mencakup serangkaian mekanisme dan struktur untuk mencapai tujuan yang telah kami tetapkan, serta berfungsi sebagai sistem untuk memastikan adanya etika yang baik, transparansi dan akuntabilitas dalam kegiatan usaha sehari-hari.

Seluruh penerapan praktik GCG Allianz senantiasa mematuhi peraturan perundang-undangan yang berlaku, Anggaran Dasar Perusahaan, serta ketentuan relevan lainnya. Kami memiliki struktur GCG yang hierarkis, di mana setiap organ GCG memiliki peran dan ruang lingkup kerjanya secara independen, agar terhindar dari segala bentuk benturan kepentingan.

Allianz's Commitment

Allianz is committed to implement Good Corporate Governance (GCG) practices as it is a crucial foundation in maintaining its impeccable reputation. By implementing GCG practices consistently and sustainably, the Company can maintain a professional, ethical, and wholesome business.

Allianz's GCG practices include a series of mechanisms and structures to attain targeted goals and operate in ethical, transparent, and accountable daily business activities.

Implementation of Allianz's GCG practices is always compliant with the applicable laws and regulations within the Company's Articles of Association and other relevant provisions. Under the GCG structure, each GCG division has a specific role and works independently to avoid conflict of interest.

Penerapan Prinsip GCG

Praktik GCG Allianz secara umum mengacu pada 5 (lima) prinsip dasar GCG, yaitu:

- **Transparansi:** Memberikan informasi yang akurat, jelas, dan relevan tentang laporan keuangan serta kegiatan bisnis Perusahaan.
- **Akuntabilitas:** Memastikan prinsip akuntabilitas diterapkan oleh Perusahaan dalam semua keputusan dan tindakan.
- **Tanggung jawab:** Melakukan kegiatan bisnis sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- **Kemandirian:** Mengelola dan menjalankan Perusahaan tanpa benturan kepentingan dan tekanan dari pihak mana pun.
- **Keadilan:** Bertindak adil dalam menjalankan kegiatan usaha untuk memenuhi harapan dan melindungi hak dan kepentingan para pemangku kepentingan.

Rapat Umum Pemegang Saham

Sebagai otoritas tertinggi di Perusahaan, Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) berfungsi mewakili kewenangan dan kepentingan pemegang saham yang tidak dimiliki Dewan Komisaris dan Direksi. RUPS merupakan wadah bagi Manajemen dan pemegang saham Perusahaan untuk mengambil keputusan penting yang berhubungan dengan aktivitas bisnis dan kinerja keuangan Perusahaan, serta hal-hal terkait lainnya. RUPS juga berfungsi sebagai forum untuk mengangkat dan memberhentikan anggota Dewan Komisaris dan Direksi.

Perusahaan wajib menyelenggarakan RUPS minimal 1 (satu) kali dalam setahun dalam bentuk RUPS Tahunan. Selain RUPS Tahunan, Perusahaan dapat menyelenggarakan RUPS Luar Biasa jika diperlukan.

Sepanjang 2020, Perusahaan menyelenggarakan 1 (satu) kali RUPS Tahunan pada 11 Juni 2020 di Jakarta dan 5 (lima) RUPS Luar Biasa pada di Jakarta.

Implementation of GCG Principles

Allianz's GCG practices refer to the following 5 (five) basic GCG principles:

- **Transparency:** Providing accurate, clear and relevant information about the Company's financial reporting and business activities.
- **Accountability:** Ensuring that all the decisions and actions are held accountable.
- **Responsibility:** Conducting business activities per the applicable laws and regulations.
- **Independence:** Managing and running the Company without any conflict of interest or pressure from any party.
- **Fairness:** Acting fairly in carrying out business activities to meet expectations and protect the rights and interests of the stakeholders.

General Meeting of Shareholders

As the highest authority in the Company, the General Meeting of Shareholders (GMS) serves to represent the authority and interests of shareholders which are not owned by the Board of Commissioners and Directors. According to the Company's Articles of Association, the Board of Commissioners has the function of supervising the duties and responsibilities of the Board of Directors and Management in conducting business activities. In implementing its duties and responsibilities, the Board of Commissioners refers to the Articles of Association, the Board of Commissioners' Charter, and prevailing laws and regulations.

The Company is obliged to convene at least one GMS in a year, in a form of an Annual GMS. Aside from the Annual GMS, the Company can also hold Extraordinary GMS if deemed necessary.

In 2020, the Company held one Annual GMS on 11 June 2020 through Circular Meeting Shareholders and five Extraordinary GMS in Jakarta.

Tata Kelola Perusahaan

Corporate Governance

Dewan Komisaris

Sesuai Anggaran Dasar Perusahaan, Dewan Komisaris berperan dalam melakukan pengawasan terhadap tugas dan tanggung jawab Direksi dan Manajemen.

Tugas dan Tanggung Jawab

Dewan Komisaris menjalankan fungsi pengawasannya dengan mengemban tugas dan tanggung jawabnya, diantaranya memberikan rekomendasi dan nasehat serta mengevaluasi pelaksanaan kebijakan strategis yang berhubungan dengan kegiatan usaha dan manajemen Perusahaan.

Selain itu, Dewan Komisaris memastikan bahwa Perusahaan senantiasa menjalankan praktik GCG untuk kepentingan Perusahaan dan memenuhi hak para pemangku kepentingan. Dalam menjalankan tugasnya, Dewan Komisaris dibantu oleh Komite Audit dan Komite Pemantau Risiko.

Pedoman Kerja (Piagam)

Dewan Komisaris menjalankan tugas dan tanggung jawabnya dengan mengacu pada Piagam Dewan Komisaris. Piagam ini berfungsi sebagai pedoman kerja Dewan Komisaris yang memperjelas keanggotaan, wewenang, tugas dan tanggung jawab, serta mekanisme kerja Dewan Komisaris. Piagam ini dibuat berdasarkan hukum yang berlaku di Indonesia.

Komposisi Dewan Komisaris

Per 31 Desember 2020, komposisi Dewan Komisaris Perusahaan adalah sebagai berikut:

Board of Commissioners

Under the Company's Articles of Association, the Board of Commissioners has the function to supervise the duties and responsibilities of the Board of Directors and the Management in conducting business activities.

Duties and Responsibilities

In executing its oversight function, the Board of Commissioners carries out its duties and responsibilities that include providing recommendations and advice as well as evaluating the execution of strategic policies related to the Company's management and business activities.

In addition, the Board of Commissioners ensures that the Company has implemented GCG for the rights and interests of the stakeholders. In performing its tasks, the Board of Commissioners is assisted by the Audit Committee and the Risk Monitoring Committee.

Work Guidelines (Charter)

The Board of Commissioners carries out its duties and responsibilities following the Board of Commissioners' Charter. The charter functions as the board's work guidelines, which draws a clear line of membership, authorities, duties, responsibilities, and the work mechanism of the Board of Commissioners. The charter itself adheres to Indonesian prevailing laws.

Board of Commissioners' Composition

As of December 31, 2020, the composition of the Company's Board of Commissioners was as follows:

Jabatan	Susunan Keanggotaan <i>Membership Composition</i>	Title
Presiden Komisaris	Aaron Mitchell Fryer	<i>President Commissioner</i>
Komisaris Independen	Arif Firman	<i>Independent Commissioner</i>
Komisaris Independen	Ahmad Junaedy Ganie	<i>Independent Commissioner</i>

Rangkap Jabatan

Anggota Dewan Komisaris Perusahaan yang merangkap jabatan pada perusahaan lain adalah sebagai berikut:

No.	Nama Name	Jabatan Position	Rangkap Jabatan di Perusahaan Lain Concurrent Positions in other Companies	Bidang Usaha Perusahaan Line of Business
1	Arif Firman	Komisaris Independen Independent Commissioner	Komisaris Independen/ Independent Commissioner PT Asuransi Allianz Utama Indonesia	Asuransi Umum General Insurance
2	Ahmad Junaedy Ganie	Komisaris Independen Independent Commissioner	Komisaris Independen/ Independent Commissioner PT Asuransi Allianz Utama Indonesia	Asuransi Umum General Insurance

Concurrent Positions

Members of the Board of Commissioners who hold concurrent positions in other companies are as follows:

Komisaris Independen

Tugas utama Komisaris Independen adalah menjalankan fungsi pengawasan yang mewakili kepentingan pemegang polis, tertanggung, peserta dan/atau penerima manfaat. Komisaris Independen Perusahaan juga terlibat dalam penyusunan Laporan Tahunan.

Komisaris Independen mengemban tugas yang berkaitan dengan layanan dan penyelesaian klaim, serta melakukan mediasi dalam menyelesaikan sengketa yang tertunda.

Komisaris Independen Perusahaan diangkat dengan memperhatikan kriteria sebagai berikut:

- Memenuhi semua persyaratan untuk menjadi anggota Dewan Komisaris sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku di Indonesia;
- Tidak memiliki hubungan afiliasi dengan anggota Direksi, anggota Dewan Komisaris, anggota Dewan Pengawas Syariah, atau pemegang saham Perusahaan;
- Memahami hukum dan peraturan untuk bisnis asuransi serta hukum dan peraturan terkait lainnya yang berlaku;
- Memiliki pengetahuan yang baik tentang kondisi keuangan Perusahaan;
- Memiliki pengetahuan yang baik tentang kepentingan pemegang polis, tertanggung, peserta, dan/atau penerima manfaat;
- Warga negara Indonesia; dan berdomisili di Indonesia.

Pada 31 Desember 2020, seluruh Komisaris Independen yang menjabat sebagai anggota Dewan Komisaris telah menandatangani Surat Pernyataan Independensi masing-masing, dengan menyatakan bahwa mereka tidak memiliki saham atas Perusahaan serta tidak memiliki hubungan keuangan dan hubungan keluarga di Perusahaan.

Independent Commissioner

The primary duty of an Independent Commissioner is to carry out an oversight function that represents the interests of policyholders, insured parties, participants, and/or beneficiaries. The Company's Independent Commissioner is also involved in the making of the Annual Report.

They also have to conduct the service and settlement of claims, conduct mediation, and arbitrarily resolve pending disputes.

The appointment of an Independent Commissioner of the Company shall take into account the following criteria:

- Meeting all the requirements to become a member of the Board of Commissioners under Indonesian prevailing laws;
- Having no affiliation with members of the Board of Directors, members of the Board of Commissioners, members of the Sharia Supervisory Board, or shareholders of the Company;
- Understanding the laws and regulations for the insurance business as well as other relevant laws and regulations;
- Possessing good knowledge of the Company's financial condition;
- Possessing good knowledge of the interests of policyholders, insured, participants, and/or beneficiaries;
- An Indonesian citizen; and living in Indonesia.

As of December 31, 2020, those who have served as members of the Board of Commissioners have signed their respective Statement of Independence Letters, stating that they have no shares ownership, financial and family relationships in the Company.

Tata Kelola Perusahaan

Corporate Governance

Rapat Dewan Komisaris

Sepanjang 2020, Dewan Komisaris telah menyelenggarakan 12 rapat, dengan kehadiran sebagai berikut:

Board of Commissioners' Meeting

Throughout 2020, the Board of Commissioners held 12 meetings, with the following attendance:

No.	Nama Name	Jabatan Position	Jumlah Kehadiran (15x) Total Attendance (15x)			% Kehadiran % Attendance
			Fisik Offline	Daring Online	Sirkular Circular	
1	Aaron Mitchell Fryer*	Presiden Komisaris <i>President Commissioner</i>	1	4	7	100
2	Arif Firman	Komisaris Independen <i>Independent Commissioner</i>	1	4	7	100
3	Ahmad Junaedy Ganie	Komisaris <i>Commissioner</i>	1	4	7	100
TOTAL			12			

132

Rapat Gabungan Dewan Komisaris Dengan Direksi

Board of Commissioners and Board of Directors' Joint Meetings

No.	Nama Name	Jabatan Position	Jumlah Kehadiran Total Attendance			% Kehadiran % Attendance
			Fisik Offline	Daring Online	Sirkular Circular	
1	Aaron Mitchell Fryer	Presiden Komisaris <i>President Commissioner</i>	1	4	7	100
2	Arif Firman	Komisaris Independen <i>Independent Commissioner</i>	1	4	7	100
3	Ahmad Junaedy Ganie	Komisaris Independen <i>Independent Commissioner</i>	1	4	7	100
4	Jan-Joris Louwerier	Presiden Direktur <i>President Director</i>	1	4	7	100
5	Todd Robert Swihart	Direktur <i>Director</i>	1	4	7	100
6	Hasinah Jusuf	Direktur <i>Director</i>	1	4	7	100
7	Bianto Surodjo	Direktur <i>Director</i>	1	4	7	100
8	Karin Alkrina Zulkarnaen	Direktur <i>Director</i>	1	4	7	100
9	Cui Cui	Direktur <i>Director</i>	1	4	7	100
TOTAL			12			

Direksi

Direksi adalah organ GCG yang bertanggung jawab dalam mengelola dan menjalankan aktivitas Perusahaan sesuai dengan Anggaran Dasar Perusahaan. Direksi bertindak atas nama Perusahaan untuk kepentingan pemegang saham. Direksi menjalankan tugas dan tanggung jawabnya berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan serta peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Tugas dan Tanggung Jawab

Untuk mengoptimalkan pelaksanaan fungsinya, Direksi menerapkan manajemen risiko yang komprehensif serta memegang teguh prinsip-prinsip GCG dalam menjalankan aktivitas usaha Perusahaan.

Direksi memiliki kewenangan yang diimplementasikan secara akuntabel, khususnya dalam RUPS. Direksi wajib melaporkan semua informasi yang berkaitan dengan Perusahaan kepada Dewan Komisaris dan Dewan Pengawas Syariah.

Dalam menjalankan fungsinya, Direksi juga bersinergi dengan Dewan Pengawas Syariah, seperti mengakomodir permintaan Dewan Pengawas Syariah saat membutuhkan bantuan dari anggota Komite Investasi, karyawan, dan tenaga ahli yang secara struktural berada di bawah Direksi.

Selain itu, Direksi memastikan bahwa Perusahaan berjalan untuk kepentingan pemegang saham, klien dan pemangku kepentingan lainnya.

Pedoman Kerja (Piagam)

Pelaksanaan tugas dan tanggung jawab Direksi mengacu pada Piagam Direksi. Piagam ini berfungsi sebagai pedoman kerja Direksi yang mengatur hal-hal terkait keanggotaan, wewenang, tugas dan tanggung jawab, serta mekanisme kerja Direksi. Piagam ini dibuat berdasarkan hukum yang berlaku di Indonesia.

Board of Directors

The Board of Directors is the Company's organ who is responsible for running the Company per the Company's Articles of Association. The Board acts on behalf of the Company for the benefit of shareholders. The Board is tasked with duties and responsibilities ruled by not only the Company's Article of Association but also prevailing laws and regulations.

Duties and Responsibilities

To make the most of its function, the Board of Directors applies risk management and executes GCG principles in all activities of the Company.

It is also the Board of Directors' duty to execute its authority in an accountable manner, especially in the GMS. The Board of Directors is obliged to report all the information related to the Company to the Board of Commissioners and the Sharia Supervisory Board.

In executing its function, the Board of Directors also assists the Sharia Supervisory Board's needs in cooperating with or requesting the help of members of the Investment Committee, employees, and experts who are structurally under the Board of Directors.

Other than that, the Board of Directors ensures that the Company runs for the interests of shareholders, clients, and other stakeholders.

Work Guidelines (Charter)

The duties and responsibilities of the Board of Directors refer to the Board of Directors' Charter. The charter is the board's work guidelines, drawing a clear line of membership, authorities, duties, responsibilities, and the working mechanism of the Board of Directors. The charter itself adheres to Indonesian prevailing laws.

Tata Kelola Perusahaan

Corporate Governance

Komposisi Direksi

Per 31 Desember 2020, komposisi Direksi Perusahaan adalah sebagai berikut:

Board of Director's Composition

As of December 31, 2020, the composition of the Company's Board of Directors was as follows:

Jabatan	Susunan Keanggotaan <i>Membership Composition</i>	Title
Presiden Direktur	Jan-Joris Louwerier	<i>President Director</i>
Direktur	Todd Robert Swihart*	<i>Director</i>
Direktur	Hasinah Jusuf	<i>Director</i>
Direktur	Bianto Surodjo	<i>Director</i>
Direktur	Karin Alkrina Zulkarnaen	<i>Director</i>
Direktur	Cui Cui	<i>Director</i>

* Mengundurkan diri efektif pada 1 Januari 2021
Effectively resigned as of January 1, 2021

Rangkap Jabatan

Anggota Direksi Perusahaan yang merangkap jabatan pada perusahaan lain adalah sebagai berikut:

Concurrent Positions

Members of the Company's Board of Directors who hold concurrent positions in other companies are as follows:

No.	Nama <i>Name</i>	Jabatan <i>Position</i>	Rangkap Jabatan di Perusahaan Lain <i>Concurrent Positions in other Companies</i>	Bidang Usaha Perusahaan <i>Line of Business</i>
1	Jan-Joris Louwerier	Presiden Direktur <i>President Director</i>	Komisaris Utama / President Commissioner PT Asuransi Allianz Utama Indonesia	Asuransi Umum <i>General Insurance</i>

Rapat Direksi

Sepanjang 2020, Direksi telah menyelenggarakan 14 rapat, dengan kehadiran sebagai berikut:

Board of Directors Meeting

Throughout 2020, the Board of Directors held 14 meetings, with the following attendance:

No.	Nama <i>Name</i>	Jabatan <i>Position</i>	Jumlah Kehadiran <i>Total Attendance</i>			% Kehadiran <i>% Attendance</i>
			Fisik <i>Offline</i>	Daring <i>Online</i>	Sirkular <i>Circular</i>	
1	Jan-Joris Louwerier	Presiden Direktur <i>President Director</i>	4	6	4	100
2	Todd Robert Swihart	Direktur <i>Director</i>	4	5	4	92,86
3	Hasinah Jusuf	Direktur <i>Director</i>	4	6	4	100
4	Bianto Surodjo	Direktur <i>Director</i>	4	6	4	100
5	Karin Alkrina Zulkarnaen	Direktur <i>Director</i>	3	6	4	92,86
6	Cui Cui	Direktur <i>Director</i>	4	6	4	100
TOTAL			14			

Hubungan & Afiliasi Anggota Direksi & Dewan Komisaris

Relationships & Affiliations of Board of Directors & Board of Commissioners Members

No.	Nama Name	Jabatan Position	Hubungan Keuangan/ Keluarga dengan Financial/Family Relationship with			
			Anggota Direksi Lainnya Other Members of the BOD	Anggota Dewan Komisaris Members of the BOC	Anggota Dewan Pengawas syariah Members of the Sharia Supervisory Board	Pemegang Saham Shareholders
1	Aaron Mitchell Fryer	Presiden Komisaris <i>President Commissioner</i>	Tidak Ada <i>None</i>	Tidak Ada <i>None</i>	Tidak Ada <i>None</i>	Tidak Ada <i>None</i>
2	Arif Firman	Komisaris Independen <i>Independent Commissioner</i>	Tidak Ada <i>None</i>	Tidak Ada <i>None</i>	Tidak Ada <i>None</i>	Tidak Ada <i>None</i>
3	Ahmad Junaedy Ganie	Komisaris Independen <i>Independent Commissioner</i>	Tidak Ada <i>None</i>	Tidak Ada <i>None</i>	Tidak Ada <i>None</i>	Tidak Ada <i>None</i>
4	Jan-Joris Louwerier	Presiden Direktur <i>President Director</i>	Tidak Ada <i>None</i>	Tidak Ada <i>None</i>	Tidak Ada <i>None</i>	Tidak Ada <i>None</i>
5	Todd Robert Swihart	Direktur <i>Director</i>	Tidak Ada <i>None</i>	Tidak Ada <i>None</i>	Tidak Ada <i>None</i>	Tidak Ada <i>None</i>
6	Hasinah Jusuf	Direktur <i>Director</i>	Tidak Ada <i>None</i>	Tidak Ada <i>None</i>	Tidak Ada <i>None</i>	Tidak Ada <i>None</i>
7	Bianto Surodjo	Direktur <i>Director</i>	Tidak Ada <i>None</i>	Tidak Ada <i>None</i>	Tidak Ada <i>None</i>	Tidak Ada <i>None</i>
8	Karin Alkrina Zulkarnaen	Direktur <i>Director</i>	Tidak Ada <i>None</i>	Tidak Ada <i>None</i>	Tidak Ada <i>None</i>	Tidak Ada <i>None</i>
9	Cui Cui	Direktur <i>Director</i>	Tidak Ada <i>None</i>	Tidak Ada <i>None</i>	Tidak Ada <i>None</i>	Tidak Ada <i>None</i>

Tata Kelola Perusahaan

Corporate Governance

Dewan Pengawas Syariah

Dewan Pengawas Syariah merupakan badan independen yang didirikan berdasarkan pedoman yang ditetapkan oleh Dewan Syariah Nasional.

Tugas dan Tanggung Jawab

Fungsi Dewan Pengawas Syariah Perusahaan adalah:

- Melakukan pemantauan secara berkala terhadap Divisi Syariah Perusahaan,
- Memberikan rekomendasi kepada Direksi Perusahaan serta Dewan Syariah Nasional.
- Memastikan semua produk dan prosedur syariah Perusahaan telah sesuai dengan prinsip syariah.

Komposisi Dewan Pengawas Syariah

Per 31 Desember 2020, komposisi Dewan Pengawas Syariah Perusahaan adalah sebagai berikut:

Sharia Supervisory Board

The Sharia Supervisory Board is an independent body established under the guidelines set out by the National Sharia Board.

Duties and Responsibilities

The function of the Company's Sharia Supervisory Board is to:

- *Periodically monitor the Company's Sharia Division*
- *Provide recommendations to the Company's Board of Directors and the National Sharia Board*
- *Ensure that all the Company's sharia products and procedures are following sharia principles.*

Sharia Supervisory Board's Composition

As of December 31, 2020, the composition of the Company's Sharia Supervisory Board was as follows:

Jabatan	Susunan Keanggotaan Membership Composition	Title
Ketua	Drs. H. Mohamad Hidayat, MBA, MBI	Chairman
Anggota	Drs. H. Rahmat Hidayat, SE, MT	Member

Keduanya berkewarganegaraan Indonesia dan berdomisili di Jakarta. Mereka diangkat sebagai anggota Dewan Pengawas Syariah dalam RUPS yang diselenggarakan tanggal 17 Juni 2014 dengan masa jabatan yang tidak ditentukan pasti lamanya, kecuali mereka mengundurkan diri atau diberhentikan berdasarkan keputusan RUPS. Sampai dengan akhir Desember 2020, tidak terdapat perubahan pada komposisi Dewan Pengawas Syariah.

Both are Indonesian citizens who reside in Jakarta. They were appointed as members of the Sharia Supervisory Board at the GMS on June 17, 2014, with tenure of undetermined period, unless they resigned or are terminated based on the resolutions of the GMS. As of the end of December 2020, there were no changes in the composition of the Sharia Supervisory Board.

Rangkap Jabatan

Anggota Dewan Pengawas Syariah Perusahaan yang merangkap jabatan pada perusahaan lain adalah sebagai berikut:

Concurrent Positions

Members of the Company's Sharia Supervisory Board who hold concurrent positions in other

No.	Nama Name	Jabatan Position	Rangkap Jabatan di Perusahaan Lain Concurrent Positions in other Companies	Bidang Usaha Perusahaan Line of Business
1	Drs. H. Mohamad Hidayat, MBA, MBI	Ketua Chairman	Anggota Dewan Pengawas Syariah di Member of Sharia Supervisory Board in Manulife, BRI Life, BTN Syariah, Bank Syariah Mandiri	Asuransi & Perbankan Insurance & Banking
2	Drs. H. Rahmat Hidayat, SE, MT	Anggota Member	Anggota Dewan Pengawas Syariah di Member of Sharia Supervisory Board in PT Adira Insurance, Mandiri Investasi	Asuransi & Keuangan Insurance & Finance

Rapat Dewan Pengawas Syariah

Sharia Supervisory Board's Meeting

No.	Nama Name	Jabatan Position	Jumlah Kehadiran Total Attendance		% Kehadiran % Attendance
			Fisik Offline	Daring Online	
1	Drs. H. Mohamad Hidayat, MBA, MBI	Ketua Chairman	2	6	100
2	Drs. H. Rahmat Hidayat, SE, MT	Anggota Member	2	6	100
TOTAL				8	

Tata Kelola Perusahaan

Corporate Governance

Komite Audit

Komite Audit Perusahaan merupakan komite yang bertugas mendukung pelaksanaan tugas Dewan Komisaris. Komite Audit diketuai oleh Komisaris Independen. Dengan demikian, Komite Audit dapat menjaga independensinya dalam menjalankan fungsinya.

Pedoman Kerja (Piagam)

Komite Audit menjalankan tugas dan tanggung jawabnya sesuai dengan Piagam Komite Audit. Piagam tersebut berfungsi sebagai pedoman kerja komite yang menggambarkan garis yang jelas mengenai keanggotaan, wewenang, tugas dan tanggung jawab, serta mekanisme kerja Komite Pemantau Risiko. Penyusunan Piagam Komite Audit mematuhi hukum yang berlaku di Indonesia.

Independensi Komite Audit

Seluruh anggota Komite Audit merupakan pihak independen yang tidak mempunyai hubungan keluarga, kepemilikan saham, atau hubungan keuangan dengan anggota Dewan Komisaris, anggota Direksi, atau Pemegang Saham Perusahaan.

Komposisi Komite Audit

Seluruh anggota Komite Audit Perusahaan diangkat berdasarkan keputusan Dewan Komisaris. Per 31 Desember 2020, komposisi Komite Audit Perusahaan adalah sebagai berikut:

Jabatan	Susunan Keanggotaan <i>Membership Composition</i>	Title
Ketua	Arif Firman	Chairman
Anggota	Pieter Daniel van Zyl	Member
Anggota	Sunadi Tan	Member
Anggota Independen	Subekti Eko Widodo	Independent Member

Rencana Komite Audit

Ke depannya, Komite Audit akan memastikan data dan informasi Perusahaan terkelola secara terstruktur dan terintegrasi. Data yang terstruktur memudahkan Perusahaan untuk melakukan analisis dan visualisasi data, sehingga dapat digunakan untuk menyorot area yang perlu difokuskan secara lebih cepat.

companies are as follows:

Audit Committee

The Company's Audit Committee is responsible for supporting the Board of Commissioners' duties. The audit committee is chaired by the Independent Commissioners. This way, the Audit Committee can maintain its independence in carrying out its function.

Work Guidelines (Charter)

The Audit Committee carries out its duties and responsibilities per the Audit Committee's Charter. The charter functions as the committee's work guidelines, which draws a clear line of membership, authorities, duties, responsibilities, and the working mechanism of the Audit Committee. The charter itself adheres to Indonesian prevailing laws.

Audit Committee Independence

All members of the Company's Audit Committee are independent parties that have no family, share ownership, or financial relationships with members of the Board of Commissioners, members of the Board of Directors, or the Shareholders of the Company.

Audit Committee Composition

All of the Company's Audit Committee's members are appointed based on the resolution of the Board of Commissioners. As of December 31, 2020, the composition of the Company's Audit Committee was as follows:

Audit Committee's Plan

The Audit Committee will ensure the Company's data and information are managed in a structured and integrated manner. Structured data makes it easier for the Company to create data analysis and visualization to highlight which areas are in need of improvement & to make adjustments accordingly.

Komite Pemantau Risiko

Komite Pemantau Risiko Perusahaan bertugas membantu Dewan Komisaris dalam memantau pelaksanaan praktik manajemen risiko yang baik serta menilai toleransi risiko Perusahaan secara berkala.

Komposisi Komite Pemantau Risiko

Seluruh anggota Komite Pemantau Risiko Perusahaan diangkat berdasarkan keputusan Dewan Komisaris. Per 31 Desember 2020, komposisi Komite Pemantau Risiko Perusahaan adalah sebagai berikut:

Jabatan	Komite Pemantau Risiko Risk Monitoring Committee	Title
Ketua	Ahmad Junaedy Ganie	Chairman
Anggota	Pieter Daniel van Zyl	Member
Anggota	Nyeen Soon Chin	Member

Komite di Bawah Direksi

Dalam pelaksanaannya, Direksi dibantu oleh Komite Investasi dan Komite Pengembangan Produk. Kedua komite ini berada di bawah Direksi dan memiliki fungsi dan tanggung jawab tersendiri.

Komite Investasi

Komite Investasi berperan untuk memastikan bahwa semua keputusan investasi didasarkan pada kepedulian, keterampilan, dan kehati-hatian. Dalam mengemban tugasnya, Komite Investasi mengacu pada filosofi investasi Allianz Group, peraturan perundang-undangan yang berlaku, dan kondisi pasar saat ini.

Komite Pengembangan Produk

Komite Pengembangan Produk bertanggung jawab dalam menyusun strategi pengembangan dan rencana pemasaran produk asuransi sebagai bagian dari rencana strategis bisnis Perusahaan. Komite ini juga turut mengevaluasi produk asuransi baru yang akan dipasarkan, sejalan dengan pengembangan strategis dan rencana pemasaran produk asuransi. Komite Pengembangan Produk juga menilai kinerja produk asuransi, serta mengusulkan perubahan atau penghentian aktivitas pemasaran untuk produk tertentu.

Risk Monitoring Committee

The Company's Risk Monitoring Committee is tasked to assist the Board of Commissioners in monitoring the implementation of sound risk management practices and assessing the Company's risk tolerance regularly.

Composition of Risk Monitoring Committee

All members of the Company's Risk Monitoring Committee are appointed based on the Decision of the Board of Commissioners. The composition of the Company's Risk Monitoring Committee as of December 31, 2020, is as follows:

Committees Under Board of Directors

In its implementation, the Board of Directors is assisted by the Investment Committee and the Product Development Committee. Both committees are under the Board of Directors, and each has its function in carrying out its tasks.

Investment Committee

The investment committee is tasked to ensure that all investment decisions are based on care, skills, and prudence. In executing its function, the committee also refers to the investment philosophies of Allianz Group, the prevailing laws, and regulations, as well as the current market condition.

Product Development Committee

The Product Development Committee is responsible for drafting a development strategy and insurance product marketing plan as part of the Company's strategic business plan. The committee is also in charge of evaluating new insurance products to be marketed, in line with strategic development and insurance product marketing plans. It is also the committee's responsibility for assessing insurance product performance, as well as proposing changes or cessation of marketing efforts for certain products.

Tata Kelola Perusahaan

Corporate Governance

Audit Internal

Divisi Audit Internal memastikan praktik GCG dilakukan secara transparan. Audit Internal dibentuk untuk membantu Komite Audit dan Dewan Komisaris, antara lain untuk menerapkan pendekatan yang sistematis dan disiplin dalam mengevaluasi dan meningkatkan praktik manajemen risiko, pengendalian internal, dan tata kelola Perusahaan. Audit Internal memberikan laporan kepada Komite Audit terkait hal-hal yang mencakup proses tindak lanjut dalam rangka memantau dan memastikan bahwa mitigasi dan perbaikan risiko telah dilakukan secara efektif.

Wewenang, jalur pelaporan, tugas dan tanggung jawab audit internal didefinisikan di piagam audit internal.

Pada tahun 2020, Divisi Audit Internal memulai inovasi untuk menstrukturkan informasi yang ada di Divisi Audit Internal dalam rangka mempermudah proses analisis dan visualisasi data. Inovasi tersebut akan mempercepat proses komunikasi audit internal atas area-area yang perlu diperhatikan oleh manajemen.

Tugas dan Tanggung Jawab

Dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya, Audit Internal berfungsi untuk meninjau semua lapisan Perusahaan serta memiliki akses tidak terbatas ke semua aktivitas, akun, catatan, properti, dan SDM Perusahaan.

Secara umum, tugas dan tanggung jawab Audit Internal adalah sebagai berikut:

- Mengembangkan dan menerapkan rencana kerja tahunan Audit Internal sesuai dengan hasil audit berbasis risiko.
- Melakukan review dan evaluasi terhadap pengendalian internal dan sistem manajemen risiko Perusahaan, serta proses tata kelola Perusahaan.
- Memberikan konsultasi, rekomendasi, dan informasi terkait kegiatan yang diaudit.
- Memantau pelaksanaan tepat waktu dari tindakan korektif manajemen.

Pimpinan Audit Internal bertanggung jawab langsung kepada Direktur Utama dan secara fungsional melapor kepada Komite Audit. Dalam struktur organisasi Perusahaan, Audit Internal bertindak secara independen tanpa adanya campur tangan dari unit operasional lainnya.

Internal Audit

The Internal Audit Division ensures that GCG practices are carried out transparently. The Internal Audit Division was formed to assist the Audit Committee and the Board of Commissioners, among others, to implement a systematic and disciplined approach in evaluating and improving risk management practices, internal control, and corporate governance. The division provides reports to the Audit Committee regarding matters that include follow-up processes to monitor and ensure that risk mitigation and improvement have been carried out effectively.

The authorities, reporting lines, duties, and responsibilities of the Internal Audit Division are defined in the Internal Audit Charter.

In 2020, Internal Audit initiated an innovation by structuring information within the division to enable easier analysis and data visualization, which has sped up the internal audit process of communicating areas that management needs to focus on.

Duties and Responsibilities

In executing its duties and responsibilities, Internal Audit is authorized to review all layers of the Company and has unrestricted access to all of the Company's activities, accounts, records, property, and HR.

The following are the Internal Audit's duties and responsibilities in general:

- *Develop and execute the annual Internal Audit plan.*
- *Conduct a review and evaluation of the Company's internal control, risk management system, and corporate governance processes.*
- *Provide consultations, recommendations, and information regarding audited activities.*
- *Monitor the timely implementation of management corrective actions.*

The Internal Audit Head reports directly to the President Director and to the Audit Committee. In the Company's organizational structure, the Internal Audit Division acts independently without interference from any operational unit.

Satuan Kerja Kepatuhan

Satuan Kerja Kepatuhan berfungsi untuk membantu pelaksanaan tugas Direksi, serta memastikan Perusahaan mematuhi peraturan perundang-undangan yang berlaku dan otoritas berwenang lainnya di industri asuransi.

Penerapan Anti Pencucian Uang dan Pencegahan Pendanaan Terorisme

Melalui Surat Keputusan Direksi, Perusahaan telah menunjuk pejabat yang bertanggung jawab secara khusus untuk menerapkan program Anti Pencucian Uang dan Pencegahan Pendanaan Terorisme (APU & PPT).

Satuan Kerja Manajemen Risiko

Satuan Kerja Manajemen Risiko dibentuk untuk meninjau dan mengevaluasi, serta memantau risiko Perusahaan dan memberi nasihat kepada manajemen puncak atau *top management*.

Tugas dan Tanggung Jawab

Dalam menjalankan tugasnya, Satuan Kerja Manajemen Risiko mendukung penerapan manajemen risiko Perusahaan. Hal ini dilakukan melalui pengembangan dan pembaruan strategi manajemen risiko, *risk appetite*, kerangka risiko, kebijakan, dan pemantauan profil risiko berdasarkan *risk appetite*. Seluruh hal ini dilakukan dengan melakukan proses identifikasi, pengukuran, pemantauan dan pengendalian risiko secara mendalam dan penuh kehati-hatian.

Manajemen Risiko

Sebagai bagian dari Allianz Group, Perusahaan menyelaraskan kerangka kerja manajemen risiko Perusahaan dengan peraturan OJK dan penerapan praktik terbaik Allianz Group. Untuk melindungi aset keuangan, Perusahaan membuat kebijakan manajemen risiko yang luas dengan elemen kunci sebagai berikut:

- Mendukung budaya manajemen risiko yang kuat dengan struktur tata kelola risiko yang kokoh;
- Menerapkan kerangka modal risiko terintegrasi secara konsisten di seluruh Grup untuk melindungi basis permodalan serta mendukung pengelolaan permodalan yang efektif; dan
- Mengintegrasikan pertimbangan risiko dan kebutuhan modal ke dalam proses manajemen dan pengambilan keputusan, melalui atribusi risiko dan alokasi modal ke berbagai segmen.

Compliance Task Force

The Compliance Task Force is tasked to assist the Board of Directors, to ensure the Company complies with the prevailing laws and regulations as well as other relevant authorities in the insurance industry.

Implementation of Anti-Money Laundering & Countering Terrorism Financing

The Company, through a Board of Directors decree, has appointed an officer who is specifically responsible for supervising the implementation of the Anti-Money Laundering and Counter-Terrorism Financing (AML & CTF) program.

Risk Management Unit

The Risk Management Unit is established to review, evaluate and monitor the Company's risks and advise the Company's top management.

Duties and Responsibilities

The Risk Management Unit is tasked to support the implementation of the Company's risk management through the development and update of risk management strategy, risk appetite, risk framework, policy, and monitoring risk profiles following risk appetite. The system is executed through a comprehensive and prudent process of risk identification, measurement, monitoring and risk control.

Risk Management

As part of the Allianz Group, the Company's risk management framework is aligned with OJK Regulation and the Allianz Group's best practices. To protect financial assets, the Company 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 implementation of an integrated risk capital framework across the Group to protect the capital base and to support effective capital management; and*
- *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.*

Tata Kelola Perusahaan

Corporate Governance

Kerangka yang komprehensif ini memastikan bahwa risiko dapat teridentifikasi, teranalisis, dinilai, dipantau dan dikontrol secara konsisten. Selera risiko Perusahaan ditentukan oleh strategi risiko dan struktur limit yang jelas. Mekanisme pemantauan dan pelaporan risiko berkala memungkinkan kami untuk mendeteksi potensi penyimpangan dari toleransi risiko pada tahap awal.

Di tingkat Perusahaan, Dewan Direksi mengemban tanggung jawab penuh dalam menetapkan kebijakan, strategi, kerangka kerja, budaya manajemen risiko, serta memastikan risiko Perusahaan dikelola dengan baik dan sejalan dengan peraturan yang berlaku. Oleh sebab itu, Komite Pemantau Risiko dan Komite Manajemen Risiko dibentuk untuk memantau pelaksanaan manajemen risiko.

Perusahaan mengadopsi sistem pertahanan tiga baris, mendefinisikan bagaimana tugas dan tanggung jawab yang terkait dengan manajemen risiko dibagi dalam organisasi:

1. Bisnis mewakili "garis pertahanan pertama". Manajer bisnis bertanggung jawab atas profitabilitas dan profil risiko bisnis mereka.
2. "Pertahanan lapis kedua" terdiri dari fungsi assurance independen, yaitu fungsi Manajemen Risiko, Hukum dan Kepatuhan. Mereka bertanggung jawab untuk mengatur dan mengawasi kerangka kerja tata kelola-pengelolaan- pengendalian risiko di mana bisnis dapat mengambil risiko dalam koridor selera risiko yang ditentukan.
3. Audit Internal membentuk "pertahanan lapis ketiga". Secara berkala, Audit Internal secara independen mengkaji penerapan tata kelola, melakukan tinjauan kualitas proses pengelolaan risiko dan menguji kepatuhan terhadap standar yang berlaku, termasuk kepatuhan terhadap sistem manajemen risiko dan kerangka pengendalian internal.

This comprehensive framework ensures that risks are identified, analyzed, assessed, monitored, and controlled consistently. The Company's risk appetite is defined by a clear risk strategy and limit structure. Periodic risk monitoring and reporting mechanisms allow us to detect potential deviations from our risk tolerance at an early stage.

At the Company level, Management has the overall responsibility for establishing the risk management policy, strategy, framework, culture and ensures that the risks are managed in a sound manner and line with regulations. Thus, the Risk Monitoring Committee and Risk Management Committee are established to monitor the implementation of risk management.

The Company adopts a three-line defense system, defining how the tasks and the responsibilities related to risk management are divided within the organization:

1. *The business represents the "first line of defense". Business managers take responsibility for the profitability and risk profile of their business.*
2. *"The second line of defense" consists of an independent assurance function, i.e. Risk Management, Legal, and Compliance. These functions are responsible for setting up and overseeing a governance-risk-control framework within which the business can take risks within the prescribed risk appetite corridor.*
3. *Internal audit forms a "third line of defense". Periodically, the Internal Audit Division independently reviews governance implementation, reviews the quality of risk management processes, and tests compliance with applicable standards, including compliance with the risk management system and internal control framework.*

Profil Risiko

Risk Profile

Perusahaan telah mengklasifikasikan kategori risiko berikut sesuai dengan aturan OJK No. 44/POJK.05/2020 tentang Penerapan Manajemen Risiko bagi Lembaga Jasa Keuangan Non-Bank (LJKNB), sebagai berikut:

The Company has classified the following risk categories according to OJK regulation No. 44/POJK.05/2020 concerning the Implementation of Risk Management for Non-Bank Financial Services Institutions (NBFIs), as follows:

No.	Jenis Risiko <i>Risk Type</i>	Deskripsi Risiko <i>Risk Description</i>	Upaya Mitigasi Risiko <i>Risk Mitigation</i>
1	Risiko Strategis <i>Strategic Risk</i>	<p>Risiko Strategis adalah potensi kerugian akibat ketidaktepatan dalam pengambilan dan/atau pelaksanaan suatu keputusan strategis serta kegagalan dalam mengantisipasi perubahan lingkungan bisnis.</p> <p><i>Strategic risk is the potential loss due to inaccuracy in making and implementing strategic decisions and failure to anticipate changes in the business environment.</i></p>	<p>Perusahaan setiap tahun menyusun rencana strategis berdasarkan studi dan data komprehensif untuk mengurangi risiko kesalahan dan ketidakakurasian. Dalam penerapannya, strategi tersebut dikomunikasikan ke semua tingkatan manajemen, dan dipantau secara berkala.</p> <p><i>The Company has prepared strategic plans annually based on comprehensive studies and data to reduce the risk of errors and inaccuracy. In its implementation, the strategy was communicated to all levels of management, and tracked and monitored periodically.</i></p>
2	Risiko Operasional <i>Operational Risk</i>	<p>Risiko Operasional adalah potensi kerugian akibat ketidakcukupan dan/atau tidak berfungsinya proses internal, kesalahan manusia, kegagalan sistem, dan/atau adanya kejadian eksternal yang memengaruhi operasional (LJKNB).</p> <p><i>Operational Risk is the potential loss due to inadequacy and/or malfunctioning of internal processes, human error, system failure, and/or external events that affect the operation of NBFIs.</i></p>	<p>Allianz Group telah mengembangkan kerangka kerja manajemen risiko operasional yang konsisten di seluruh Grup. Kerangka kerja ini berfokus pada identifikasi dini dan pengelolaan risiko operasional secara proaktif di semua bisnis dan fungsi pendukungnya. Kerangka kerja ini juga mengidentifikasi dan mengevaluasi risiko operasional yang relevan dan kelemahan pengendalian melalui self-assessment yang terstruktur.</p> <p><i>Allianz Group has developed a Group-wide consistent operational risk management framework that focuses on the early identification and proactive management of operational risks in all business and supporting functions. The framework identifies and evaluates relevant operational risks and control weaknesses by means of a structured self-assessment.</i></p>

Tata Kelola Perusahaan

Corporate Governance

No.	Jenis Risiko <i>Risk Type</i>	Deskripsi Risiko <i>Risk Description</i>	Upaya Mitigasi Risiko <i>Risk Mitigation</i>
			<p>Terkait kejadian eksternal yaitu pandemi COVID-19 yang terjadi di 2020. Kerangka kerja Business Continuity Management dan Crisis Management yang dimiliki oleh Perusahaan telah diterapkan sejak awal tahun 2020 dan berjalan dengan baik untuk merespon pandemi saat ini, yaitu dengan menerapkan mode bekerja dari rumah dan protokol kesehatan seperti <i>physical distancing</i>, serta penyemprotan disinfektan secara rutin di seluruh area kerja. Keberadaan sistem digital telah mendukung berjalannya proses operasional Perusahaan secara daring, sehingga selama pandemi ini pelayanan kepada Nasabah/pemegang polis dan rekan bisnis tetap berjalan tanpa hambatan signifikan walaupun sebagian besar karyawan bekerja dari rumah.</p> <p><i>Concerning external event i.e. the COVID-19 pandemic that occurred in 2020, the Company's Business Continuity Management and Crisis Management framework has been implemented and is running well to respond to the current pandemic, by implementing the Work From Home (WFH) arrangement and health protocols such as physical distancing, as well as spraying disinfectants regularly in all work areas. The existence of a digital system has supported the operation of the Company's offline/online operational processes. By doing so, during this pandemic, services to Customers/policyholders and business partner continued without significant hindrance even though most employees were working from home.</i></p>

No.	Jenis Risiko <i>Risk Type</i>	Deskripsi Risiko <i>Risk Description</i>	Upaya Mitigasi Risiko <i>Risk Mitigation</i>
3	Risiko Asuransi	<p>Risiko Asuransi adalah potensi kerugian akibat kegagalan perusahaan asuransi, perusahaan reasuransi, perusahaan asuransi syariah, dan perusahaan reasuransi syariah untuk memenuhi kewajiban kepada pemegang polis, tertanggung, atau peserta sebagai akibat dari ketidakcukupan proses seleksi risiko (underwriting), penetapan premi atau kontribusi, penggunaan reasuransi, dan/atau penanganan klaim.</p> <p>Hal ini dapat disebabkan oleh perubahan level, tren atau volatilitas sejumlah eksposur risiko asuransi, termasuk diantaranya mortalitas, morbiditas, umur panjang, tingkat persistensi, dan biaya yang ditimbulkan.</p> <p><i>Insurance Risk is the potential loss due to failure of insurance companies, reinsurance companies, sharia insurance companies, and sharia reinsurance companies to fulfill obligations to policyholders, insured, or participants as a result of inadequate risk selection (underwriting) processes, determination of premiums or contributions, use of reinsurance, and/or claim handling.</i></p> <p><i>This can be caused by changes in the level, trend or volatility of a number of insurance risk exposure, including mortality, morbidity, longevity, persistency levels, and the resulting costs.</i></p>	<p>Perusahaan menetapkan asumsi tentang faktor-faktor dalam menentukan harga produknya, serta untuk pelaporan hasil operasi bisnis jangka panjangnya. Asumsi persistensi Perusahaan tercermin dalam pengalaman sebelumnya di setiap lini bisnis Perusahaan yang relevan, dan harapan yang ingin dicapai di masa depan.</p> <p>Jika sesuai, ketentuan juga dibuat berdasarkan risiko asuransi, yang diasumsikan atau diamati secara historis, antara persistensi dan hasil investasi, serta pertimbangan untuk risiko tambahan yang bisa terjadi.</p> <p><i>The Company has established 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 have reflected recent past experience for each relevant line of business, and any expectations of future persistence.</i></p> <p><i>Where appropriate, provisions are also made based on the insurance risk, which is either assumed or historically observed, between persistency and investment returns, and considering the resulting additional risk.</i></p>

Tata Kelola Perusahaan

Corporate Governance

146

No.	Jenis Risiko <i>Risk Type</i>	Deskripsi Risiko <i>Risk Description</i>	Upaya Mitigasi Risiko <i>Risk Mitigation</i>
4	Risiko Kredit	Risiko Kredit adalah potensi kerugian akibat kegagalan pihak lain dalam memenuhi kewajiban kepada LJKNB.	<p>Kebijakan dan prosedur berikut ini diterapkan untuk memitigasi eksposur Perusahaan terhadap risiko kredit:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reasuransi ditempatkan pada rekanan yang memiliki peringkat kredit yang baik, dan konsentrasi risiko dikelola melalui pedoman kebijakan berkenaan dengan batas rekanan yang dikelola secara lokal, tetapi disetujui sesuai standar Allianz Global dan sesuai dengan regulasi yang berlaku. • Perusahaan memantau dan mengelola risiko kredit dan fokus pada portofolio berdasarkan sistem <i>counterparty limit</i>. • Karena Allianz Group menggunakan sistem <i>proprietary</i> untuk mengelola risiko kredit, batas kredit dialokasikan kepada Perusahaan berdasarkan selera risiko dan mempertimbangkan agregat global. Pemantauan dilakukan di tingkat Perusahaan dan Grup.
	Credit Risk	<i>Credit Risk is the potential loss due to failure of other parties to fulfill obligations to NBFIs.</i>	<p><i>The following policies and procedures are in place to mitigate the Company's exposures to credit risk:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Reinsurance is placed with counterparties that have a good credit rating, and risk concentration is managed through policy guidelines with respect to counterparty limits that are managed locally, but approved according to Allianz Global standards and in accordance with applicable regulations.</i> • <i>The Company monitors and manages credit risks and focuses on the portfolio based on the counterparty limit system.</i> • <i>As Allianz Group uses a proprietary system to manage credit risk, credit limits are allocated to the Company based on the Group's risk appetite and consider global aggregates. Monitoring is performed at both the Company level and the Group level.</i>

No.	Jenis Risiko <i>Risk Type</i>	Deskripsi Risiko <i>Risk Description</i>	Upaya Mitigasi Risiko <i>Risk Mitigation</i>
5	Risiko Pasar	Risiko Pasar adalah potensi kerugian pada posisi aset, liabilitas, ekuitas, dan/atau rekening administratif termasuk transaksi derivatif akibat perubahan secara keseluruhan dari kondisi pasar.	Perusahaan melihat risiko pasar sebagai risiko yang berubah mengikuti variable pasar, di mana hal ini mempengaruhi nilai wajar atau arus kas ke depannya dari instrumen keuangan yang dimiliki. Secara umum, risiko pasar ditentukan oleh variabel-variabel yang meliputi nilai tukar mata uang asing (risiko mata uang), suku bunga pasar (risiko suku bunga), dan harga pasar (risiko harga ekuitas).
	Credit Risk	<i>Market Risk is potential loss in the position of assets, liabilities, equity, and/ or off-balance sheet accounts including derivative transactions due to overall changes in market conditions.</i>	<i>The Company considers market risk as a risk that changes with market variables that affect the fair value or future cash flow of the financial instruments held. In general, market risk is determined by variables that include foreign exchange rates (currency risk), market interest rates (interest-rate risk) and market prices (equity price risk).</i>
	i. Risiko Mata Uang	Risiko nilai wajar atau arus kas masa depan dari suatu instrumen keuangan, yang akan berfluktuasi karena perubahan tarif nilai tukar mata uang asing. Perusahaan melakukan transaksi utama dengan mata uang Rupiah. Risiko nilai tukar mata uang asing timbul terutama terkait dengan Dolar AS.	Aset keuangan Perusahaan didominasi dalam mata uang yang sama dengan kewajiban kontrak asuransi terkait. Oleh karenanya, manajemen telah menentukan dampak risiko mata uang terhadap laba sebelum pajak, serta ekuitas berada dalam kisaran yang wajar.
	Currency Risk	<i>The risk that the fair value or the 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 the US Dollar.</i>	<i>The Company's financial assets are primarily denominated in the same currencies as the corresponding insurance contract liabilities. Therefore, the management has determined that the impact of currency risk on profit before tax and equity is within an acceptable range.</i>
	ii. Risiko Suku Bunga	Risiko di mana nilai wajar arus kas masa depan dari suatu instrumen keuangan akan mengalami fluktuasi akibat perubahan suku bunga pasar.	Instrumen suku bunga tetap akan menyebabkan Perusahaan terekspos perubahan suku bunga.
	Interest Rate Risk	<i>Interest rate risk is the risk that the fair value of future cash flows of a financial instrument will fluctuate due to the change in market interest rates.</i>	<i>Fixed interest rate instruments expose the Company to changes from interest rate.</i>
iii. Risiko Harga Ekuitas	Risiko nilai wajar atau arus kas masa depan dari suatu instrumen keuangan akan mengalami fluktuasi karena perubahan harga pasar yang diakibatkan dari faktor-faktor tertentu untuk masing-masing instrumen keuangan atau penerbitnya, atau faktor-faktor yang mempengaruhi semua instrumen keuangan serupa yang diperdagangkan di pasar.	Eksposur risiko harga ekuitas Perusahaan terkait dengan aset keuangan yang nilainya akan berfluktuasi akibat perubahan harga pasar, terutama investasi pada efek ekuitas yang dimiliki untuk bisnis asuransi jiwa dan kesehatan.	
Equity Price Risk	<i>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.</i>	<i>The Company's equity price risk exposures relate to financial assets whose values will fluctuate due to changes in market prices, especially investments in equity securities held for the life and health insurance business.</i>	

Tata Kelola Perusahaan

Corporate Governance

No.	Jenis Risiko <i>Risk Type</i>	Deskripsi Risiko <i>Risk Description</i>	Upaya Mitigasi Risiko <i>Risk Mitigation</i>
6	Risiko Likuiditas	<p>Risiko Likuiditas adalah potensi kerugian akibat ketidakmampuan Lembaga Jasa Keuangan Non Bank (LJKNB) untuk memenuhi liabilitas yang jatuh tempo dari sumber pendanaan arus kas dan/ atau dari aset likuid yang dapat dengan mudah dikonversi menjadi kas, tanpa mengganggu aktivitas dan kondisi keuangan LJKNB.</p>	<p>Perusahaan menerapkan Manajemen Aset dan Liabilitas (ALM) untuk mengoptimalkan kesesuaian antara aset dan kewajiban. Perusahaan menyesuaikan liabilitasnya (terutama liabilitas jangka panjang) dengan aset dengan durasi dan imbal hasil yang sesuai, dengan langkah aset pendapatan tetap yang jatuh tempo diinvestasikan kembali sebelum jatuh tempo klaim liabilitas yang mereka dukung.</p>
	<i>Liquidity Risk</i>	<p><i>Liquidity Risk is the potential loss due to the inability of Non Bank Financial Institutions (NBFIs) to meet liabilities due from cash flow funding sources and/or from liquid assets that can be easily converted into cash, without disrupting the activities and financial condition of NBFIs.</i></p>	<p>Kebijakan dan prosedur berikut telah diterapkan untuk memitigasi eksposur Perusahaan terhadap risiko likuiditas:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Terdapat pedoman untuk alokasi aset, struktur batas portofolio dan profil jatuh tempo aset, untuk memastikan kecukupan dana untuk memenuhi kewajiban yang timbul dari kontrak asuransi dan investasi Perusahaan, 2. Perusahaan memiliki rencana pendanaan darurat yang menentukan kebutuhan dana minimum, dan tindakan yang diperlukan, untuk memenuhi kebutuhan darurat, 3. Perusahaan memiliki portofolio aset yang sangat mudah dijual dan beragam mudah dilikuidasi jika terjadi gangguan arus kas yang tidak terduga. <p><i>The Company has implemented Asset and Liability Management (ALM) to optimize the matching between assets and liabilities. The Company match its liabilities (especially for long-term liabilities) against assets with the appropriate duration and yield, with the maturing fixed income assets are reinvested before the maturity of the claims of the liabilities they support.</i></p> <p><i>A liquidity risk policy which sets out the assessment and determination of what constitutes liquidity risk for the Company:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Guidelines are in place for asset allocation, portfolio limit structures and maturity profiles of assets, to ensure sufficiency of funds to meet the obligations arise from the Company's insurance and investment contracts,

No.	Jenis Risiko <i>Risk Type</i>	Deskripsi Risiko <i>Risk Description</i>	Upaya Mitigasi Risiko <i>Risk Mitigation</i>
			<p>2. <i>The Company maintains a contingency funding plan that determines the minimum funds needed, and the actions required, to meet emergency needs,</i></p> <p>3. <i>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.</i></p>
7	Risiko Hukum	Risiko Hukum adalah potensi kerugian yang timbul akibat tuntutan hukum dan/atau kelemahan aspek hukum.	Perusahaan mengadopsi dan mengimplementasikan prinsip-prinsip utama GCG seperti transparansi, akuntabilitas, tanggung jawab, independensi, dan keadilan. Perusahaan juga memastikan pelaksanaan kebijakan dan prosedur, serta meninjau secara berkala untuk memastikan bahwa kebijakan dan prosedur masih sejalan dan diperbarui sesuai dengan kondisi saat ini dengan praktik terbaik.
	Legal Risk	<i>Legal Risk is the potential loss that arises as a result of legal claims and/or weaknesses in legal aspects.</i>	<i>The Company has adopted and implemented the key GCG principles of transparency, accountability, responsibility, independence, and fairness. The Company also ensured the implementation of policies and procedures, as well as periodical review to ensure that the policies and procedures are still in line and updated in accordance with current and best practices.</i>
8	Risiko Kepatuhan	Risiko Kepatuhan adalah potensi kerugian akibat LJKNB tidak mematuhi dan/atau tidak melaksanakan peraturan perundang-undangan dan ketentuan yang berlaku bagi LJKNB.	Perusahaan menetapkan kebijakan dan prosedur untuk memastikan kepatuhan terhadap ketentuan perundang-undangan dan ketentuan yang berlaku telah dijalankan dengan baik dan mengambil langkah-langkah yang memadai dalam menangani potensi risiko kepatuhan.
	Compliance Risk	<i>Compliance Risk is the potential loss due to NBFIs not complying with and/or not implementing the laws and regulations applicable to NBFIs.</i>	<i>The Company has determined a number of policies and procedures to ensure the compliance to the applicable laws is well-conducted, and takes necessary steps to manage potential risk of compliance.</i>
9	Risiko Reputasi	Risiko Reputasi adalah potensi kerugian akibat menurunnya tingkat kepercayaan pemangku kepentingan yang bersumber dari persepsi negatif terhadap LJKNB.	Perusahaan mengadopsi praktik yang baik dari Allianz Group, di mana setiap Perusahaan Allianz secara berkala melakukan penilaian risiko, meninjau efektivitas pengendalian, dan menambahkan mitigasi bila diperlukan.
	Reputation Risk	<i>Reputation Risk is the potential loss due to a decrease in the level of stakeholder trust that comes from negative perceptions of NBFIs.</i>	<i>The Company has adopted good practices from the wider Allianz Group, where each Allianz Company periodically conducted risk assessment, reviewed controls effectiveness, and added mitigation where necessary.</i>

Tata Kelola Perusahaan

Corporate Governance

Manajemen Risiko Terintegrasi

Berdasarkan Peraturan OJK No. 17/POJK.03/2014 tentang Penerapan Manajemen Risiko Terintegrasi Bagi Konglomerasi Keuangan, koordinasi antara PT Asuransi Allianz Life Indonesia sebagai entitas utama dengan PT Asuransi Allianz Utama Indonesia sebagai anggota keuangan konglomerasi harus berpedoman pada prinsip-prinsip GCG. Penerapan manajemen risiko terintegrasi disesuaikan dengan karakteristik dan kompleksitas usaha konglomerasi keuangan.

Integrated Risk Management

According to OJK Regulation No. 17/POJK.03/2014 concerning the Implementation of Integrated Risk Management for Financial Conglomerates, the coordination between PT Asuransi Allianz Life Indonesia as the main entity and PT Asuransi Allianz Utama Indonesia as a member of the financial conglomerate shall be under the principles of GCG. The implementation of integrated risk management is adjusted to the characteristics and complexity of the financial conglomerate's business.

Unit Manajemen Investasi

Manajemen Investasi mendukung Allianz Life Indonesia dalam mengawasi dan mengelola portofolio investasi Perusahaan. Per 31 Desember 2020, Unit Pengelola Investasi dipimpin oleh Ni Made Daryanti sebagai Chief Investment Officer.

Investment Management Unit

Investment Management supports Allianz Life Indonesia in overseeing and managing the Company's investment portfolio. The Investment Management Unit as of December 31, 2020, is led by Chief Investment Officer, Ni Made Daryanti.

Audit Eksternal

Laporan Keuangan Perusahaan diaudit oleh Kantor Akuntan Publik (KAP) guna menjaga akuntabilitas dan independensinya. Berikut adalah KAP yang memberikan jasa audit laporan keuangan kepada Perusahaan selama 3 (tiga) tahun terakhir:

External Audit

The Company's Financial Statements are audited by a Public Accounting Firm to maintain its accountability and independence. The following table contains the Public Accounting Firm who provided audit service on the Company's financial statements for the past 3 (three) financial years:

Keterangan Description	2020	2019	2018
Kantor Akuntan Publik Public Accounting Firm	Tanudiredja, Wibisana, Rintis & Rekan	Tanudiredja, Wibisana, Rintis & Rekan	Tanudiredja, Wibisana, Rintis & Rekan
Akuntan Accountant	Angelique Dewi Daryanto, S.E.,CPA	Angelique Dewi Daryanto, S.E.,CPA	Angelique Dewi Daryanto, S.E.,CPA

Kebijakan GCG

Kebijakan Kepatuhan

Kebijakan ini merupakan suatu keharusan di dalam Allianz Life Indonesia, di mana kebijakan berfokus kepada penerapan persyaratan regulasi dan praktik-praktik standar kepatuhan di dalam Allianz Life Indonesia. Kebijakan ini membangun prinsip-prinsip utama dan tugas-tugas fungsi kepatuhan dalam Allianz Life Indonesia.

Kebijakan Tata Kelola dan Kontrol

Kebijakan ini menggambarkan prinsip-prinsip utama dan proses untuk memastikan manajemen dan pengawasan yang efektif dari bisnis Allianz Group. Kebijakan tersebut mencakup tanggung jawab, termasuk struktur organisasi yang relevan, manajemen risiko, dan sistem pengendalian internal Grup.

Kebijakan Antikorupsi

Kebijakan ini bertujuan untuk memenuhi ketentuan perundang-undangan yang berlaku sehingga Allianz dapat terhindar dari sanksi hukum dan reputasi negatif sebagai akibat dari tindakan ilegal dan kriminal, seperti korupsi atau penyuapan. Kebijakan ini dibuat sebagai bentuk dari komitmen Allianz dalam menerapkan control kepatuhan yang kuat dan efektif dengan tujuan dalam mencegah tindakan korupsi dan suap.

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

Kebijakan yang disusun dalam rangka penerapan APU-PPT sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku. Kebijakan ini mengatur, antara lain:

- Proses uji tuntas calon Nasabah/Nasabah.
- Prinsip mengenali pegawai.
- Pemantauan transaksi dan pelaporan transaksi yang mencurigakan.
- Pelatihan APU-PPT.

GCG Policies

Compliance Policy

This policy is mandatory within Allianz Life Indonesia, which focuses on the implementation of regulatory requirements and compliance standards practice in Allianz Life Indonesia. It establishes the core compliance principles and tasks within Allianz Life Indonesia.

Governance and Control Policy

This policy describes the core principles and processes to ensure effective management and oversight of the Allianz Group's business. The policy focuses on the allocation of responsibilities, including the relevant organizational structure, the risk management, and the Group's internal control system.

Anti-corruption Policy

This policy aims to comply with the applicable regulations so that Allianz can avoid legal sanctions and any negative reputation resulting from illegal and criminal acts, such as corruption or bribery. This policy is established as a form of Allianz's commitment to maintain strong and effective compliance controls in preventing corruption and bribery acts.

Anti-Money Laundering and Combating the Financing of Terrorism (AML-CFT) Policy

A policy to implement the AML-CFT following the prevailing laws and regulations. This policy regulates:

- *Customer due diligence.*
- *Know your employee principle.*
- *Transaction monitoring and suspicious transaction reporting.*
- *AML-CFT training.*

Tata Kelola Perusahaan

Corporate Governance

Kebijakan & Protokol Anti-fraud

1. Kebijakan Antipenipuan

Kebijakan untuk menilai dan menangani risiko penipuan internal maupun eksternal dalam menentukan prosedur, peran dan tanggung jawab dalam menangani dan melaporkan kasus fraud yang nyata. Untuk mengidentifikasi program dan aktivitas yang dilakukan dalam rangka mencegah dan mendeteksi adanya *fraud*. Mulai dari penipuan klaim asuransi, penggelapan premi, manipulasi data Teknologi Informasi, dan penyajian data keuangan yang salah dan disengaja.

2. Protokol Investigasi

Protokol ini menetapkan prinsip-prinsip mengenai penanganan dan koordinasi dalam investigasi.

Kebijakan Hadiah dan Hiburan

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

Kode Etik Penjualan

Kode Etik Penjualan berlaku untuk semua agen pemasaran, pimpinan agensi, dan perwakilan dari seluruh jaringan pemasaran dalam distribusi penjualan produk Allianz.

Pedoman dan Prosedur Whistleblowing

Tujuan dari pedoman dan prosedur *Whistleblowing* adalah memastikan tindakan ilegal atau tindakan tidak patut dalam atau atas nama Allianz dapat diatasi secara tepat untuk melindungi Allianz dan karyawan dari dampak tindakan ilegal atau tidak patut tersebut.

Anti-fraud Policy & Protocol

1. Anti-Fraud Policy

This is the policy for assessing and addressing the fraud risk both internally and externally, to define procedures, roles, and responsibilities for managing and reporting actual fraud cases. This functions to identify programs and activities which are used to prevent and detect fraud, such as insurance claim fraud, premium embezzlement, manipulation of Information Technology data, and intentional & false presentation of financial data.

2. Investigation Protocol

This protocol sets principles regarding the handling and co-ordinating for investigations.

Gift and Entertainment Policy

In general, employees are prohibited from offering, giving, promising, or approving of all forms of gifts or entertainment for Customers or business partners, or to accept similar things from them to prevent conflicts or potential conflicts of interest between the employees' responsibilities to Allianz, its Customers or business partners.

Sales Code of Conduct

This applies to all marketing agents, agency leaders, and representatives of the entire sales distribution network marketing Allianz products.

Whistleblowing Guidelines and Procedures

The purpose of whistleblowing guidelines and procedures is to ensure that illegal improper conduct within or on behalf of Allianz can be addressed to protect Allianz and its employees from the results and effects of illegal or improper conduct.

Kebijakan Benturan Kepentingan

Kebijakan ini memberikan penjelasan mengenai apa yang termasuk di dalam benturan kepentingan. Kebijakan ini mencakup proses dan prosedur yang ada untuk memfasilitasi kepatuhan dan konsekuensi dari ketidakpatuhan. Kebijakan ini untuk membantu karyawan Allianz Life Indonesia dalam membuat keputusan yang tepat ketika dihadapkan dengan potensi masalah benturan kepentingan.

Kebijakan Uji Tuntas Perantara Penjualan

Ketika merekrut agen dan perantara penjualan dibutuhkan langkah-langkah tertentu untuk mengurangi kemungkinan risiko reputasi, hukum, atau peraturan atas hubungan kerjasama tersebut. Untuk tujuan tersebut, maka ditetapkan indikator-indikator peringatan dini atas risiko korupsi dan kecurangan pada proses perekrutan agen dan perantara penjualan yang bertindak atas nama Perusahaan.

Kebijakan Hubungan dengan Nasabah dari Instansi Pemerintah

Kebijakan ini dirancang untuk memberikan panduan dalam berinteraksi dan berurusan bisnis dengan Nasabah dari instansi pemerintah.

Kebijakan Penyaringan Integritas Pemasok

Kebijakan ini dirancang untuk membantu Perusahaan dalam melakukan pemeriksaan integritas pemasok sebelum melakukan kerja sama.

Kebijakan Sponsorship

Kebijakan ini bertujuan untuk menghindari seluruh benturan atau potensi benturan, antara kepentingan siapa pun yang bertindak atas nama Allianz Life Indonesia sehubungan dengan tanggung jawabnya kepada Allianz, Nasabah atau mitra bisnis dalam memberikan sponsorship.

Conflict of Interest Policy

This policy provides a guide as to what constitutes a conflict of interest. This Policy includes the existing processes and procedures to facilitate compliance and the consequences of non-compliance. This policy is intended to assist Allianz Life Indonesia's employees in making the right decisions when being faced with potential conflicts of interest issues.

Sales Intermediary Due Diligence Policy

When recruiting agents and sales intermediaries, certain steps are required to mitigate any possible reputational, legal, or regulatory risks of such engagements. For this purpose, early warning indicators for corruption and fraud risks are adopted in the recruitment process for agents and sales intermediaries acting on behalf of the Company.

Dealing with Government Customers Policy

This policy is designed to guide interaction and business dealing with Customers from the government.

Vendor Integrity Screening Policy

This policy is designed to assist the Company to conduct supplier integrity screening before the agreement.

Sponsorship Policy

This policy aims to avoid any conflicts or potential conflicts, between the interests of anyone whose actions are on behalf of Allianz Life Indonesia with regards to their responsibilities to Allianz, the Customers, and business partners in providing sponsorship.



06 Laporan Keberlanjutan

Sustainability Report

154	Tema Theme	180	Menjadi Perusahaan yang Terpercaya Becoming a Trusted Company
158	Sekilas Overview		I. Kinerja Finansial Financial Performance
158	Tentang Laporan About This Report	II.	Manajemen Bakat Talent Management
160	Ikhtisar Kinerja Performance Highlights	III.	Kepatuhan Compliance
	I. Kinerja Ekonomi Economic Performance	184	Melakukan Bisnis dengan Tanggung Jawab Doing Our Business Responsibly
	II. Kinerja Lingkungan Environmental Performance	I.	Efisiensi Energi Energy Efficiency
	III. Kinerja Sosial Social Environmental	II.	Perjalanan Korporat Corporate Travel
161	Bisnis Model Our Business Model	III.	Efisiensi Penggunaan Kertas Paper Use Efficiency
162	Kerangka Laporan Berkesinambungan Our Sustainability Framework	IV.	Efisiensi Air Water Efficiency
164	Topik Material Material Topics	V.	Manajemen Air Water Management
166	Penentuan Isi dan Batasan Laporan Report Content & Boundary	VI.	Bank Sampah Waste Bank
174	Keterlibatan Pemangku Kepentingan Stakeholder Engagement	192	Menciptakan Masyarakat yang Lebih Baik Creating Better Communities
176	Melindungi Masa Depan Anda Securing Your Future		
		INDEX	
		198	SDG
		200	GRI
		204	POJK 51
		208	Lembar Umpan Balik Feedback Form



Creating Legacy for Future Generation

20 20

Sustainability
Report

Selama lebih dari dua dekade, Allianz Life Indonesia terus berfokus pada upaya mengembangkan dan menjaga bisnis yang kuat dan berkelanjutan dengan menyediakan solusi asuransi dan keuangan. Pada tahun ini, kami menyajikan Laporan Keberlanjutan pertama kami, sebuah presentasi dari komitmen dan bagaimana kami mencapai tujuan keberlanjutan, yang selaras dengan strategi bisnis kami. Di tahun 2020, kami mulai mengukur, mengelola dan mengurangi dampak operasi kami terhadap aspek lingkungan, sosial, ekonomi dan tata kelola melalui laporan ini. Kami akan terus melihat perkembangan perjalanan keberlanjutan kami untuk menjadi Perusahaan yang kuat, responsif, tangguh dan berkelanjutan. Kami sepenuhnya menyadari bahwa tindakan yang kami ambil hari ini akan menjadi landasan bagi generasi mendatang. Kami percaya dengan menanamkan perspektif keberlanjutan di seluruh lini operasi, akan dapat menjadi pendorong kesuksesan jangka panjang Perusahaan. Sehingga, hal tersebut dapat menjadi warisan bagi generasi masa depan.

For more than two decades, Allianz Life Indonesia has focused on developing and maintaining a strong sustainable business by providing insurance and financial solutions. This year we will present our first Sustainability Report, showcasing our commitment and progress towards our sustainability goals and greater business strategy. In 2020, we started to measure and manage the impact of our operations and sustainability performance in the areas of the economy, social, and the environment. We will keep track of our sustainability journey to see the progress we are making towards a strong, responsive, resilient and sustainable Company. We are fully aware that the actions we take today will lay the foundation for generations to come. We believe by embedding this sustainability perspective across our operations will be a driver for our long-term success and create a legacy for future generations.

Tentang Laporan Keberlanjutan 2020

About Sustainability Report 2020

TENTANG LAPORAN KEBERLANJUTAN 2020 PT ASURANSI ALLIANZ LIFE INDONESIA

Laporan keberlanjutan ini merupakan laporan keberlanjutan pertama yang diterbitkan oleh Perusahaan. Hal tersebut mendukung pemenuhan peraturan yang disyaratkan oleh regulator sekaligus wujud komitmen Perusahaan untuk membangun bisnis yang berkelanjutan.

Laporan Keberlanjutan PT Asuransi Allianz Life Indonesia ini disusun berdasarkan pencapaian kinerja ekonomi, sosial dan lingkungan selama kurun waktu 1 Januari 2020 hingga 31 Desember 2020 dan diterbitkan setiap tahun.

Laporan ini diterbitkan sesuai dengan kondisi Perusahaan sepanjang tahun 2020 dengan mengacu pada ketentuan yang termaktub dalam:

- POJK No. 51/POJK.03/2017 tentang Penerapan Keuangan Berkelanjutan Perusahaan Publik;
- *Global Reporting Initiative (GRI) Standards*; dan
- *Sustainable Development Goals (SDGs)*.

Laporan Keberlanjutan 2020 ini menjadi sumber dokumentasi komprehensif yang berisikan informasi kinerja keberlanjutan Perusahaan dalam setahun. Informasi tersebut memuat dokumentasi yang menggambarkan aspek kinerja keberlanjutan Perusahaan yang mengacu pada 3P yakni *People, Planet, dan Profit*.

Laporan Keberlanjutan ini memuat kata "Perusahaan" dan "Perusahaan", yang didefinisikan sebagai PT Asuransi Allianz Life Indonesia yang menjalankan kegiatan usaha utama di bidang asuransi. Adakalanya kata "kami" digunakan atas dasar kemudahan untuk menyebut PT Asuransi Allianz Life Indonesia secara umum.

ABOUT THE SUSTAINABILITY REPORT 2020 FOR PT ASURANSI ALLIANZ LIFE INDONESIA

This sustainability report is the first report of its kind issued by the Company and forms part of the regularotory compliance, and the Company's commitment to developing a more sustainable business.

This Sustainability Report for PT Asuransi Allianz Life Indonesia has been prepared based on economic, social, and environmental achievements from January 1, 2020, until December 31, 2020, and is published annually.

This report explains the Company's condition throughout 2020 and concerns provisions contained in:

- *POJK No. 51/POJK.03/2017 regarding Sustainable Finance Implementation of Publicly Listed Company;*
- *Global Reporting Initiative (GRI) Standards;* and
- *Sustainable Development Goals (SDGs).*

*This Sustainability Report for 2020 is a comprehensive document that covers the Company's performance throughout the year. It contains information describing the Company's sustainable performance and refers to the "3Ps" - *People, Planet, and Profit*.*

This Annual Report contains the word "Company" that herein refers to PT Asuransi Allianz Life Indonesia, as the Company that is engaged in the insurance business. The word "we" is at times used to simply refer to PT Asuransi Allianz Life Indonesia in general.



GRI

102-49, 102-50,
102-51, 102-52,
102-54, 102-56



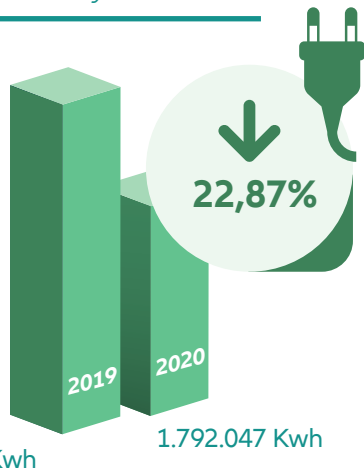
Ikhtisar Kinerja

Performance Highlights

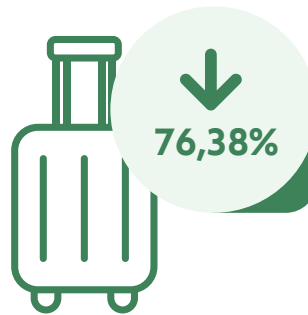
Ikhtisar Kinerja Lingkungan 2020

Environmental Performance Highlights in 2020

Penggunaan Listrik Electricity Use



Perjalanan Bisnis Corporate Travel



Penggunaan Kertas Paper Use



160

Ikhtisar Kinerja Sosial 2020

Social Performance Highlights in 2020

Kegiatan Literasi Keuangan Financial Literacy Activities



Penerima Manfaat Beneficiary



Orientasi Nasabah Customer Onboarding

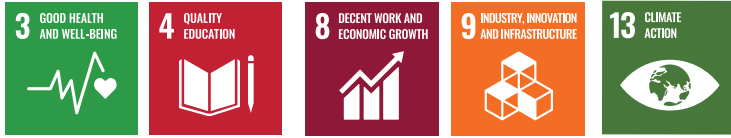


Keterlibatan Nasabah Customer Engagement



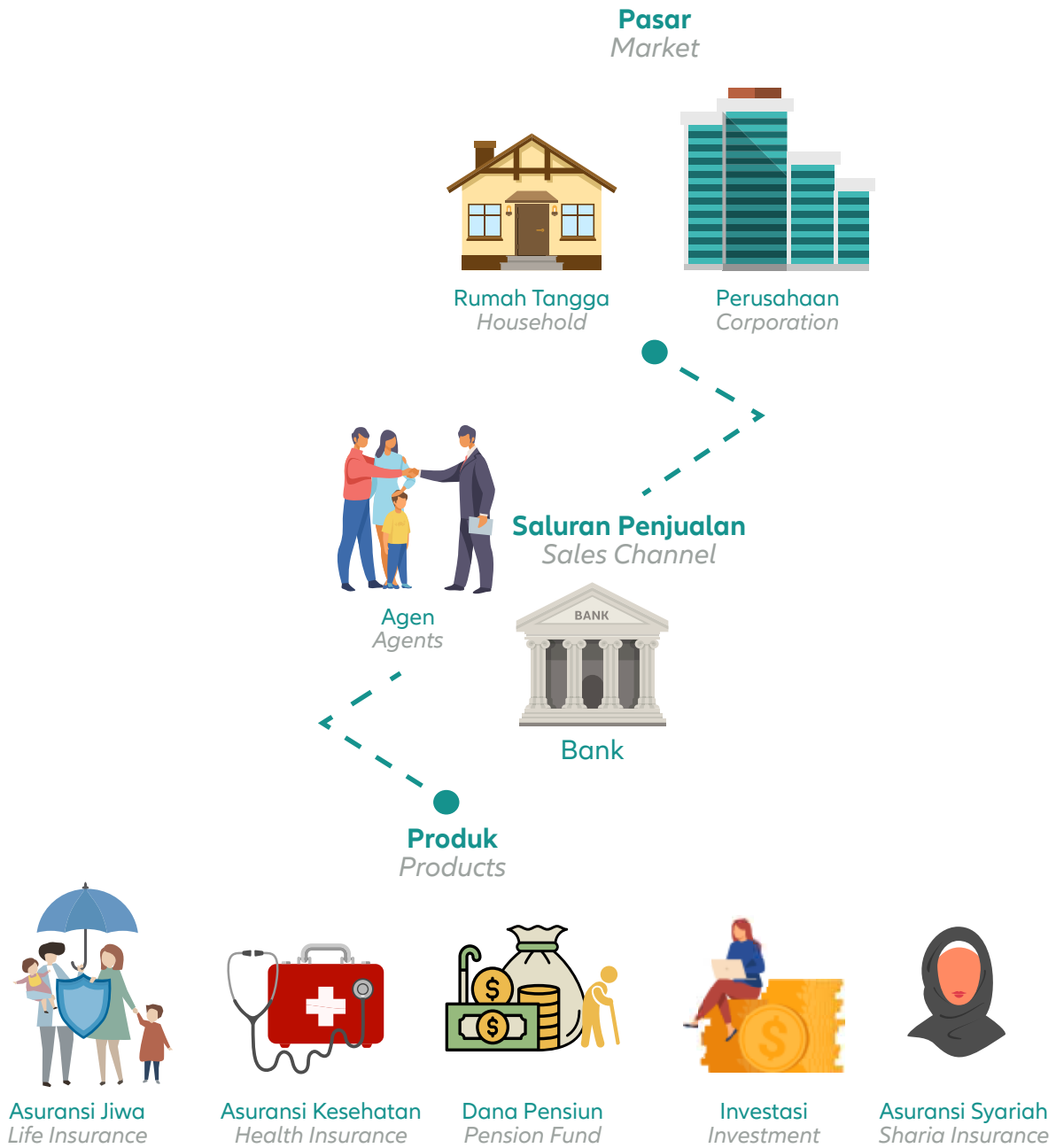
Pengalaman Klaim Claim Experience





Model Bisnis Kami

Our Business Model



Kerangka Keberlanjutan Kami

Our Sustainability Framework

Kami selalu berkomitmen untuk meningkatkan kinerja dari aspek keberlanjutan. Hal tersebut mencakup keseimbangan kinerja 3P (*people, planet, profit* dan *principle*) kami.

We are always committed to improve our performance from the sustainability aspect. It includes a balance in our 3P performance (people, planet, profit and principle).





Topik Material

Material Topics

Tingkat Pemenuhan Informasi dan Verifikasi

Informasi terkait aspek keberlanjutan yang disajikan di dalam laporan ini merujuk pada indikator dan topik material sesuai dengan Standar GRI dengan tingkat pemenuhan informasi adalah GRI Core. Pemenuhan indikator dan topik material tersebut ditandai dengan mencantumkan kode angka dalam kurung yang ditulis dengan huruf berwarna merah pada bagian akhir paragraf. Selain itu, Indeks Standar GRI juga tersedia di dalam laporan ini sebagai navigasi untuk memudahkan dalam mendapatkan informasi yang diperlukan.

Pada Laporan Keberlanjutan 2020, Perusahaan belum melakukan proses assurance namun Perusahaan telah melakukan verifikasi dan validasi secara internal atas data-data yang disajikan dalam laporan ini.

Aspek Material

Identifikasi aspek material pada Laporan Keberlanjutan ini ditentukan berdasarkan pengaruh signifikan terhadap Perusahaan dan para pemangku kepentingan melalui analisis materialitas.

Penentuan aspek material dan ruang lingkup dalam laporan ini dilakukan berdasarkan penilaian internal dengan memperhatikan kepentingan pemangku kepentingan atas isu-isu yang memiliki dampak positif maupun negatif serta menjadi perhatian bagi Perusahaan maupun pemangku kepentingan. Penilaian internal tersebut dilakukan dengan memfokuskan pada pengidentifikasian isu-isu keberlanjutan yang memiliki dampak signifikan terhadap Perusahaan untuk selanjutnya menentukan prioritas aspek material.

Information and Verification Fulfilment Level

Information related to sustainable aspects presented in this report refers to indicators and material topics based on GRI Standards with GRI Core as the information fulfilment level. Fulfilment of the indicators and material topics is marked by affixing numbered codes in brackets written in red letters at the end of paragraphs. Additionally, the GRI Standards Index is also available in this report as navigation to ease the reader in obtaining the required information.

The Company has not performed an assurance process on this Sustainability Report, however, internal verification and validation on the data presented throughout the report has been conducted.

Material Topics

Identification of material aspects in this report has been based on any significant influence on the Company and its stakeholders through materiality analysis.

The determination of material and scope has been based on internal assessments, and by taking into account the stakeholders' interests on issues that have both positive and negative impacts, as well as concerns for the Company and its stakeholders. The internal assessment focused on identifying sustainability issues that have a significant impact on the Company and which are to be further identified as material aspect priorities.



GRI

102-32, 102-54,
102-55, 102-56

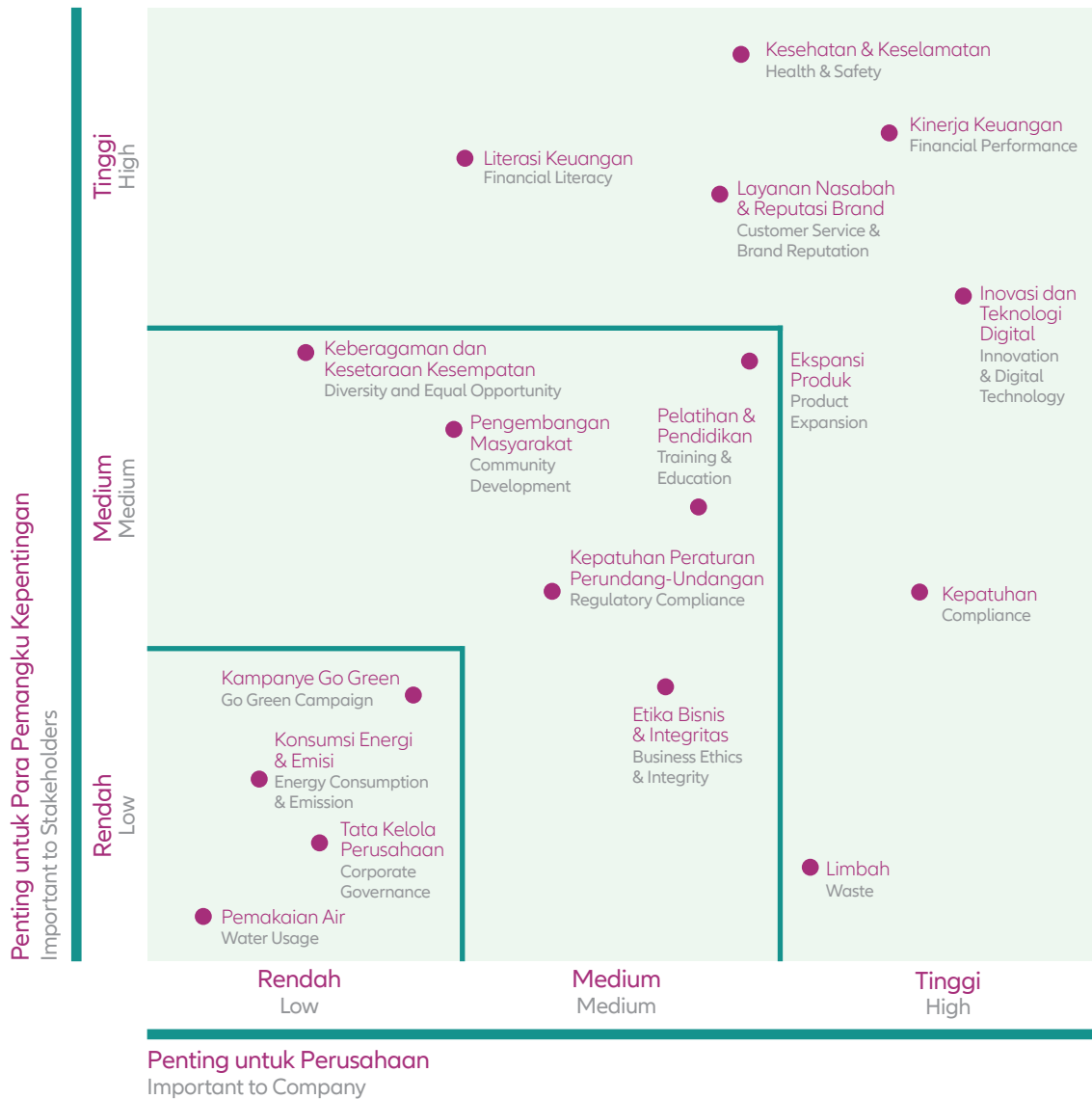
Matriks Topik Material

Berikut adalah matriks dari topik material dalam laporan ini.

Matrix of Material Topics

Below is the matrix of material topics in this report.

Materialitas
Materiality



Penentuan Isi dan Batasan Laporan

Report Content and Boundary

Penentuan Isi Dan Batasan Laporan

Laporan ini disusun sesuai dengan prinsip dan tahapan penyusunan pelaporan agar dapat memberikan informasi kinerja keberlanjutan ekonomi, sosial dan lingkungan selama tahun 2020. Penetapan isi laporan didasarkan pada prinsip-prinsip sebagai berikut:

- Pelibatan pemangku kepentingan;
- Materialitas;
- Konteks keberlanjutan; dan
- Kelengkapan.

Sedangkan penetapan kualitas laporan didasarkan pada prinsip-prinsip sebagai berikut:

- Akurasi;
- Keseimbangan;
- Kejelasan;
- Komparabilitas;
- Keandalan; dan
- Ketepatan Waktu.

Hasil penilaian internal dalam bentuk laporan penilaian uji materialitas disampaikan kepada Direksi. Selanjutnya Direksi memberikan persetujuan atas informasi kinerja keberlanjutan dalam Laporan ini, yang didalamnya memuat pelaksanaan tanggung jawab sosial Perusahaan.

Selanjutnya ditentukan konten laporan, yang meliputi 4 tahapan:

1. Identifikasi aspek-aspek keberlanjutan yang relevan dengan karakteristik bisnis Perusahaan dan menentukan batasan ruang lingkup (*boundary*).
2. Pembuatan prioritas atas aspek-aspek keberlanjutan yang akan dilaporkan melalui proses penilaian internal.
3. Validasi atas aspek material yang telah menjadi prioritas guna memastikan laporan memuat informasi kinerja positif dan negatif secara berimbang. Validasi berupa pengesahan dari Direksi.
4. Kajian ulang atas laporan tahun sebelumnya, dengan mempertimbangkan saran dari pemangku kepentingan. Demikian pula masukan dan saran atas laporan tahun ini, akan digunakan sebagai pertimbangan dalam menentukan isi laporan tahun berikutnya.

Determining the Content and Boundaries for this Report

This report was prepared based on the reporting principles and steps that are able to provide information on economic, social, and environmental sustainability performance implementation throughout 2020. The report content was based on the following principles:

- Stakeholders inclusiveness;
- Materiality;
- Sustainability context; and
- Completeness.

Meanwhile, the report quality is based on the following principles:

- Accuracy;
- Balance;
- Clarity;
- Comparability;
- Reliability; and
- Timeliness.

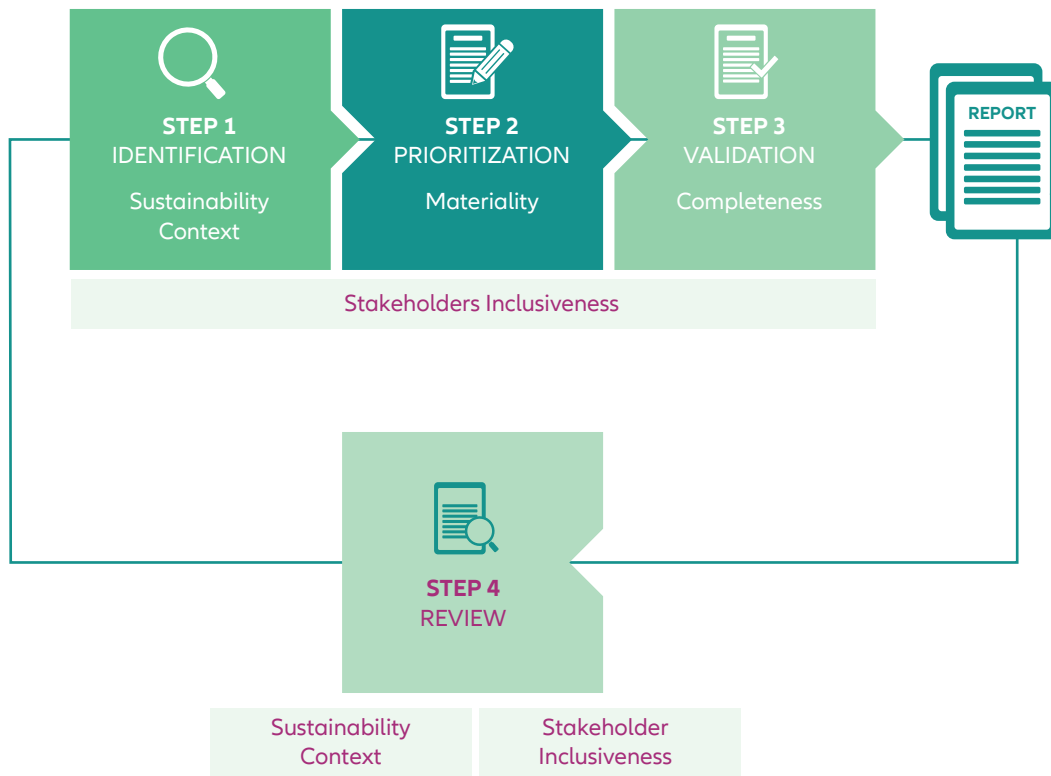
Results of the internal assessment were compiled in a materiality test assessment report and were submitted to the Board of Directors. The Board of Director approves the Report's sustainable performance, which also contains the Corporate Social Responsibility implementation.

Subsequently, the content of the report encompasses four steps:

1. *Identification of relevant sustainable aspects regarding the Company's business characteristics and assuring its boundaries.*
2. *Establish priorities for sustainable aspects to be reported through an internal assessment process.*
3. *Validation of prioritized material aspects to confirm that the report contains both balanced positive and negative performance information. Such validation is in the form of the endorsement from of the Board of Directors.*
4. *Review of the previous report, highlighting advice given by the stakeholders. Likewise, feedback and advice stated in this Annual Report, will be considered in determining the subsequent Annual Report's content.*

Tahapan Penyusunan Laporan
Steps in Preparing the Report

Topics ▶ Aspects ▶ Disclosures on Management Approach + Indicator



Perusahaan telah menentukan 7 (tujuh) topik material dengan dampak besar yang disusun melalui penilaian internal yang telah dilaksanakan pada 22 Januari 2021. Tidak ada pernyataan kembali sebagai perbaikan atas informasi yang disampaikan sebelumnya dalam laporan ini.

As identified in the internal assessment conducted on 22 January, 2021, the Company has determined 7 (seven) material topics that have a high impact. There are no restatements as corrections for the previously presented information in this report.

Penentuan Isi dan Batasan Laporan








Report Content and Boundary

Batasan Topik-Topik Material Dalam Laporan

Berdasarkan hasil penilaian internal yang telah dilaksanakan Perusahaan dalam menentukan topik material dalam laporan, berikut adalah daftar topik material dengan dampak besar berikut batasannya.

Boundaries Of Material Topics In The Report

Based on the internal assessment taken by the Company, the list of material topics with high impact and their boundaries are determined for the report.

	No.	Topik Material <i>Material Topic</i>	Dampak Perusahaan <i>Impact to The Company</i>	Batasan Boundary
	1.	Inovasi dan Teknologi Digital <i>Innovation and Digital Technology</i>	Internal <i>Internal</i>	Perusahaan <i>Company</i>
	2.	Layanan Nasabah dan Reputasi Brand <i>Customer Service and Brand Reputation</i>	Eksternal <i>External</i>	Perusahaan <i>Company</i>
	3.	Kesehatan dan Keselamatan <i>Health and Safety</i>	Eksternal <i>External</i>	Perusahaan <i>Company</i>
	4.	Kinerja Keuangan <i>Financial Performance</i>	Internal <i>Internal</i>	Perusahaan <i>Company</i>
	5.	Literasi Keuangan <i>Financial Literacy</i>	Eksternal <i>External</i>	Regulator <i>Regulator</i>
	6.	Kepatuhan <i>Compliance</i>	Eksternal <i>External</i>	Perusahaan <i>Company</i>
	7.	Limbah <i>Waste</i>	Internal <i>Internal</i>	Perusahaan <i>Company</i>



GRI

102-34, 102-44,
102-45, 102-46,
102-47

Entitas Yang Tercakup Dalam Laporan Keberlanjutan 2020

Laporan keberlanjutan 2020 ini mencakup informasi keuangan dan data-data Perusahaan namun terdapat batasan data yang berkaitan dengan setiap topik material sesuai dengan tabel pada topik material.

Entities Included In the Sustainability Report 2020

The sustainability report of 2020 includes the financial information and data of the Company, however there are boundaries on data related to each material topic based on the table shown in material topic.



LAMPU

LIGHTS

Matikan lampu jika tidak digunakan

Switch off the lights when not in use

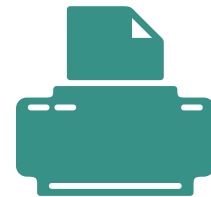


KOMPUTER

COMPUTER

Matikan komputer setelah menyelesaikan pekerjaan

Shut down the computer after completing works



PENCETAK

PRINTER

Aktifkan mode tidur pada printer

Put on sleep mode on printer



BOTOL ISI ULANG

REUSABLE BOTTLE

Membawa botol minum sendiri untuk mengurangi sampah botol kemasan.

Bring drinking bottle to reduce bottle waste.

Penentuan Isi dan Batasan Laporan



Report Content and Boundary

Target Dan Perkembangan Kami



Berikut adalah perkembangan kami di sepanjang tahun 2020 dan target kami ke depan.

Our Target And Progress

Below are our progress throughout 2020 and our target in the future.


Topik - Topik Material Keberlanjutan Material Sustainability Topics	Perkembangan di 2020 Progress in 2020	Target Targets	Status Status
<p>Inovasi dan Teknologi Digital <i>Innovation and Digital Technology</i></p> 	<p>Orientasi Nasabah / <i>Customer Onboarding</i></p> <ul style="list-style-type: none"> Agency: 96% / 99% Auto Underwriting: 74% / 80% Bancassurance: 76% / 79% ePolicy: 51% / 60% 5 Min Case: 19% / 50% <p>Keterlibatan / <i>Engagement</i></p> <ul style="list-style-type: none"> E-Communication: 91% / 95% Transaction Ratio: 21% / 25% STP Transaction: 22% / 25% <p>Pengalaman Klaim / <i>Claim Experience</i></p> <ul style="list-style-type: none"> Online Claims: 26% / 30% 24 Hour Payout: 30% / 31% CAA Ratio: 30% / 41% 		<p>Sesuai Target <i>On Track</i></p>
<p>Layanan Nasabah dan Reputasi Brand <i>Customer Service and Brand Reputation</i></p> 	<ul style="list-style-type: none"> Memberikan perlindungan ke lebih banyak lagi masyarakat Indonesia, melalui strategi jalur multi-distribusi <i>Providing protection to more society in Indonesia, through multi-distribution channel strategy</i> Melakukan campaign kepada Nasabah dan non-Nasabah untuk meningkatkan reputasi brand di antara kompetitor <i>Promoting campaign to customer and non-customer to improve brand reputation among competitors</i> <ul style="list-style-type: none"> Nasabah harus memiliki pengalaman berasuransi yang unik dan mengesankan, mulai dari proses pengajuan polis sampai dengan yang terpenting yaitu pada saat pengajuan klaim <i>Customer must have unique and impressive insurance experience, from the initial process of policy submission to the most crucial moment when filing an insurance policy claim</i> Menjadi Loyalty Leader di NPS (<i>Net Promoter Score</i>) <i>Becoming Loyalty Leader in NPS (Net Promoter Score)</i> 		<p>Sesuai Target <i>On Track</i></p> <p>Perlu Peningkatan <i>Need Improvement</i></p>



Topik - Topik Material Keberlanjutan Material Sustainability Topics	Perkembangan di 2020 Progress in 2020	Target Targets	Status Status
<p>Kesehatan dan Keselamatan <i>Health and Safety</i></p> 	<p>Berkomitmen untuk menerapkan kepatuhan penuh terhadap aturan Kesehatan dan Keselamatan yang berlaku. <i>Committed to implementing compliance with applicable Health and Safety regulations.</i></p> <p>Memiliki kelengkapan Keselamatan seperti satuan pengamanan peralatan keamanan seperti Alat Pemadam Api Ringan (APAR), P3K, kursi roda dan mengadakan latihan pencegahan kebakaran. <i>Has safety equipment such as security guards, security equipment such as Light Fire Extinguisher, First Aid Kit, wheel chairs and conducts fire prevention trainings.</i></p> <p>Memiliki kelengkapan kesehatan yang memadai untuk karyawan. <i>Have adequate medical equipment for employees.</i></p>	<p>Mematuhi aturan Kesehatan dan Keselamatan yang berlaku dengan baik dan benar untuk mencegah terjadinya insiden atau kecelakaan. <i>Comply with the prevailing Health and Safety regulations to avoid incidents or accidents.</i></p> <p>Memiliki 19 personel satuan pengamanan, dengan peralatan keamanan seperti APAR sejumlah 169 buah, P3K sejumlah 30 set, kursi roda di tiap lantai, dan latihan pencegahan kebakaran sebanyak 2 kali per tahun. <i>Has 19 security guard personnel, with safety equipment including 169 light fire extinguishers, 30 First aid kits, wheel chairs on each floor, and fire prevention trainings twice per year.</i></p> <p>Memiliki kelengkapan kesehatan seperti dokter perusahaan, ruang menyusui, ruang pengobatan, pemberlakuan WFH kepada lebih dari 95% karyawan pada saat pandemi COVID-19. <i>Have health facilities such as company doctors, nursing rooms, treatment rooms, and WFH enforcement for more than 95% of employees during the COVID-19 pandemic.</i></p>	<p>Sesuai Target <i>On Track</i></p>
<p>Kinerja Keuangan <i>Financial Performance</i></p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Mencatatkan Gross Written Premium/GWP sebesar Rp16,95 triliun atau tumbuh 27,82% di tahun 2020 dibandingkan dengan tahun sebelumnya. <i>Recorded Gross Written Premium/GWP amounted to Rp16.95 trillion or grew by 27.82% in 2020 compared to previous year.</i> • Membukukan Laba Bersih (Net Income) sebesar Rp3,67triliun, atau meningkat sebesar 15,24% dibandingkan dari tahun 2019. <i>Recorded Net Income of Rp3.67 trillion, or increased by 15.24% compared to 2019.</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Pertumbuhan GWP yang positif dan kuat di 2020 <i>Positive and strong GWP growth in 2020</i> • Peningkatan laba bersih dibandingkan dengan tahun 2019 <i>Net income growth compared to 2019</i> 	<p>Sesuai Target <i>On Track</i></p>

Penentuan Isi dan Batasan Laporan

Report Content and Boundary

Topik - Topik Material Keberlanjutan Material Sustainability Topics	Perkembangan di 2020 Progress in 2020	Target Targets	Status Status
Literasi Keuangan <i>Financial Literacy</i> 	Allianz Life Indonesia melaksanakan 35 kegiatan literasi keuangan sepanjang tahun 2020, dengan penerima manfaat sebanyak 589.181 orang. <i>Allianz Life Indonesia held 35 financial literacy activities throughout 2020, with benefit recipients reaching 589,181 people.</i>	Target penerima manfaat literasi keuangan di tahun 2020 adalah 6.000 orang. <i>Target of financial literacy benefit recipients in 2020 was 6,000 people.</i>	Lebih dari Target <i>Exceeded Target</i>
Kepatuhan <i>Compliance</i> 	Menerapkan peraturan perundang-undangan yang berlaku di dalam lingkungan Perusahaan. <i>Implementing prevailing rules and regulations in the Company.</i>	Mematuhi peraturan perundang-undangan yang berlaku secara baik dan benar. <i>Fully complying the prevailing rules and regulations.</i>	Sesuai Target <i>On Track</i>
Limbah <i>Waste</i> 	Secara konsisten dan reguler melakukan kegiatan penimbangan dan pemilahan sampah di gedung Allianz. <i>Consistently and regularly performing waste weighing and sorting activities in Allianz building.</i>	Secara gradual mengurangi sampah di area operasional Allianz. <i>Gradually reducing waste in surrounding areas of Allianz operations.</i>	Sesuai Target <i>On Track</i>



Keterlibatan Pemangku Kepentingan

Stakeholder Engagement

Pelibatan Para Pemangku Kepentingan

Dalam laporan ini, Perusahaan telah mengidentifikasi 6 (enam) pemangku kepentingan utama yang terdiri dari pemegang saham, regulator, karyawan, Nasabah, mitra kerja, dan masyarakat sekitar. Identifikasi tersebut didapatkan dari analisa pola interaksi dan sifat keterlibatan dengan kegiatan bisnis Perusahaan serta memiliki pengaruh yang signifikan di sepanjang tahun 2020. Perusahaan berkomitmen untuk terus melibatkan setiap pemangku kepentingan melalui kegiatan komunikasi rutin dan transparansi informasi serta memudahkan akses atas data-data Perusahaan.

Stakeholder Engagement

In this report, the Company has identified six main stakeholders comprising the shareholders, regulators, employees, Customers, business partners, and the local community. The identification of these stakeholders was derived from an interaction pattern analysis and engagement with the Company's business activities with significant influence throughout 2020. The Company is committed to engaging with every stakeholder through regular communication activities, information transparency, and ease of access to Company data.

Pelibatan Pemangku Kepentingan Perusahaan

Berikut adalah pelibatan pemangku kepentingan Perusahaan dalam operasional Perusahaan. [102-40]

Stakeholders Engagement With The Company

Below is the stakeholders engagement in Company operations. [102-40]

Pemangku Kepentingan Stakeholders	Metode Pelibatan Methods of Engagement	Frekuensi Frequency
Pemegang Saham <i>Shareholders</i>	<ul style="list-style-type: none"> Rapat Umum Pemegang Saham <i>General Meeting of Shareholders</i> Laporan Tahunan <i>Annual Report</i> Pengumuman Kinerja Triwulanan <i>Quarterly Performance Announcement</i> Konferensi Pers <i>Press Conference</i> 	<ul style="list-style-type: none"> Tahunan <i>Annually</i> Tahunan <i>Annually</i> Triwulanan <i>Quarterly</i> Sebagaimana Diperlukan <i>As Required</i>
Regulator <i>Regulators</i>	<ul style="list-style-type: none"> Kepatuhan terhadap peraturan <i>Compliance to prevailing regulations</i> Laporan Tahunan <i>Annual Report</i> Laporan Bulanan <i>Monthly Report</i> Laporan Triwulanan <i>Quarterly Report</i> 	<ul style="list-style-type: none"> Sebagaimana Diperkirakan <i>As Required</i> Tahunan <i>Annually</i> Bulanan <i>Monthly</i> Triwulanan <i>Quarterly</i>

**GRI**102-33, 102-40,
102-42, 102-43
102-44, 413-1
413-2

Pemangku Kepentingan <i>Stakeholders</i>	Metode Pelibatan <i>Methods of Engagement</i>	Frekuensi <i>Frequency</i>
Karyawan <i>Employees</i>	<ul style="list-style-type: none"> Employee Kick Off Meeting <i>Employee Kick Off Meeting</i> Town Hall Meeting <i>Town Hall Meeting</i> Pendidikan dan Pelatihan <i>Education and Training</i> Sukarelawan <i>Volunteering</i> 	<ul style="list-style-type: none"> Tahunan <i>Annually</i> Bulanan/Triwulan <i>Monthly/ Quarterly</i> Sebagaimana Diperlukan <i>As Required</i> Sebagaimana Diperlukan <i>As Required</i>
Nasabah <i>Customers</i>	<ul style="list-style-type: none"> Customer Gathering <i>Customer Gathering</i> Survei Kepuasan Nasabah <i>Customer Satisfaction Survey</i> Layanan Purna Jual <i>After Sales Service</i> Mekanisme Pengaduan <i>Complaint Mechanism</i> 	<ul style="list-style-type: none"> Sebagaimana Diperlukan Sebagaimana Diperlukan <i>As Required</i> Sebagaimana Diperlukan <i>As Required</i> Sebagaimana Diperlukan <i>As Required</i>
Mitra Kerja <i>Business Partners</i>	<ul style="list-style-type: none"> Gathering <i>Gathering</i> Pelatihan <i>Training</i> Evaluasi Berkala <i>Periodic Evaluation</i> Sukarelawan <i>Volunteering</i> 	<ul style="list-style-type: none"> Sebagaimana Diperlukan <i>As Required</i> Sebagaimana Diperlukan <i>As Required</i> Sebagaimana Diperlukan <i>As Required</i> Sebagaimana Diperlukan <i>As Required</i>
Masyarakat Sekitar <i>Local Community</i>	<ul style="list-style-type: none"> Berpartisipasi dalam kegiatan kemasyarakatan termasuk Bank Sampah Gusling, program Get Plastic, program EMPOWERED, program SOS Children's Villages, SMILEY GO!, <i>anti bullying</i>, dan kegiatan literasi keuangan, serta penanaman <i>mangrove</i> dan bersih pantai dalam World Clean Up Day (WCUD) 2020. <i>Participating in community activities including Waste Bank Gusling, Get Plastic program, EMPOWERED program, SOS Children's Villages program, SMILEY GO!, anti bullying, and financial literacy activities, as well as mangrove planting in World Clean Up Day (WCUD) 2020.</i> 	<ul style="list-style-type: none"> Sebagaimana Diperlukan <i>As Required</i>

Melindungi Masa Depan Anda

Securing Your Future

Setiap hari, kami berkomitmen untuk melindungi masa depan orang-orang yang kami cintai, yaitu para Nasabah dan komunitas kami. Inilah landasan dari semua yang kami lakukan di Allianz Life Indonesia. Komitmen ini telah tertanam dan sudah menjadi kepribadian Perusahaan kami. Untuk mencapai hal itu, kami benar-benar berupaya untuk memahami kebutuhan Nasabah kami, memastikan pertumbuhan yang signifikan sehingga dapat memberikan perlindungan kepada lebih banyak orang, memberikan standar kualitas tertinggi atas produk dan layanan kami, serta menciptakan pengalaman yang terbaik dan unik bagi para Nasabah.

Pendekatan Kami

Saat ini kami fokus pada digitalisasi di semua lini bisnis guna meningkatkan layanan kepada Nasabah, dimana kami memberikan kemudahan akses, menyediakan produk yang sesuai dengan kebutuhan Nasabah, serta menawarkan pengalaman menarik kepada Nasabah sebagai nilai tambah bagi para pemilik polis asuransi.

Dalam proses transformasi digital, kami terus berupaya menciptakan kemudahan melalui berbagai layanan inovatif, seperti otomatisasi pembayaran premi, solusi untuk customer onboarding, program loyalitas Nasabah berbasis digital yang disajikan secara lebih personal, proses klaim yang lebih cepat, akses yang lebih mudah untuk mendapatkan informasi tentang produk dan layanan kami, dan berbagai inisiatif lainnya. Upaya ini juga mampu menunjang para agen kami untuk dapat memberikan layanan yang istimewa kepada para Nasabah secara lebih baik dan cepat.

Orientasi Nasabah merupakan transformasi digital yang dilakukan untuk memberi kemudahan bagi calon Nasabah antara lain:

- Penggunaan *digital tools* untuk dalam proses pengajuan polis untuk memudahkan calon Nasabah baik melalui agen dan bancassurance.
- Sistem *underwriting* otomatis untuk mengoptimalkan pengalaman berasuransi baik kepada calon Nasabah melalui *auto underwriting*.
- Polis dalam bentuk digital dengan ePolicy untuk meminimalisir penggunaan kertas.
- Proses pengajuan polis yang dilakukan dalam waktu 5 menit dari sebelumnya 4 hari dengan 5 Min Case.

Each day, we are committed to securing the future of our families, our Customers and our communities. This is the foundation of everything at Allianz Life Indonesia. It is embedded in each individual and in the Company DNA. To achieve this, the Company works hard to understand customer needs, ensuring double digit growth to insure more people, delivering the highest quality standards of products and services, and creating the best and most unique customer experience.

Our Approach

Allianz Life Indonesia focuses on the digitization of all lines of business to increase the overall customer experience. This includes easy access, tailored products that fit customer needs, and providing Customers with an exciting experience as part of the benefit of having an insurance policy.

In the Company's digital transformation, the endeavour is to create convenience through various innovative services, such as premium payment automation, customer onboarding solutions, more personalised digital engagement in customer loyalty programs, faster claim processes, easier access to obtaining information on products and services, and much more. This enables our business partners to better serve Customers with more convenience and in a timely manner.

Customer orientation is part of the Company's digital transformation and is conducted to provide convenience to potential Customers, including:

- *Use of digital tools in the policy submission process to facilitate prospective Customers, both through agents and bancassurance.*
- *Automatic underwriting system to optimize the insurance experience for prospective Customers through auto underwriting.*
- *Digital policy with ePolicy to reduce the use of paper.*
- *The process of submitting policies within 5 minutes, down from the previous 4 days with 5 Min Cases.*

Keterlibatan Nasabah merupakan kemudahan komunikasi yang dilakukan dengan Nasabah dengan menggunakan teknologi digital antara lain melalui *e-communication* seperti email, *transaction ratio*, dan Straight Through Process (STP) ratio yaitu proses otomatis untuk setiap pengajuan.

Customer involvement is the ease of communication with Customers using digital technology, including through e-communication such as email, transaction ratios, and Straight Through Process (STP) ratio, which is an automatic process for each application.

Pengalaman klaim merupakan layanan berbasis digital yang dapat dilakukan oleh Nasabah seperti pengajuan klaim secara online, proses pembayaran yang dilakukan maksimal 24 jam melalui 24 Hour Payout, dan CAA ratio.

The claim experience is a digital-based service that can be used by Customers, such as submitting claims online, processing payments made up to a maximum of 24 hours through 24 Hour Payout, and CAA ratio.

2020

Orientasi Nasabah (%) *Customer Onboarding (%)*

Keterangan <i>Description</i>	2020	2019
Agency	96	92
Auto Underwriting	74	72
Bancassurance	79	61
ePolicy	51	46
5 Min Case	19	15

Keterlibatan Nasabah (%) *Customer Engagement (%)*

E-Communication	96	95
Transaction Ratio	21	3
STP Transaction	22	4

Klaim Nasabah (%) *Customer Claims (%)*

Online Claims	26	15
24 Hour Payout	31	5
CAA Ratio	41	11

Melindungi Masa Depan Anda

Secure Your Future

Inovasi dan Teknologi Digital

Pada tahun 2020, kami telah melakukan serangkaian inovasi dalam pengembangan teknologi digital untuk meningkatkan kinerja Perusahaan, membantu mitra bisnis dan mengembangkan layanan Nasabah antara lain sebagai berikut:

Allianz eAZy Connect

Adalah portal khusus bagi Nasabah untuk mendapatkan berbagai informasi terkait polis asuransi yang dimiliki. Portal ini dapat diakses kapan saja dan di mana secara *online*. Informasi yang dapat diakses Nasabah meliputi:

- Informasi pengajuan polis baru, jika Nasabah mengajukan polis baru di Allianz
- Detail polis, seperti informasi pemegang polis, informasi tertanggung, informasi pembayaran, agen, riwayat polis
- Informasi keuangan, transaksi *fund, fund* yang dipilih Nasabah dan saldo terakhir
- Riwayat klaim
- Dokumen, seperti pernyataan transaksi, laporan transaksi tahunan, *billing* dan *reminder*
- Tabel manfaat untuk asuransi kesehatan pemegang polis

Expert Underwriting System (EUS)

- Sistem *underwriting* otomatis untuk mengoptimalkan pengalaman berasuransi yang baik kepada calon Nasabah.
- Dengan kehadiran EUS, maka peran *underwriter* manusia digantikan oleh sistem yang telah diprogram untuk memproses *underwriting* dan tetap sesuai dengan kaidah-kaidah umum di dalam asuransi jiwa.

Allianz Discover

- Allianz Discover merupakan pembaruan aplikasi digital untuk tenaga pemasar asuransi jiwa dan kesehatan yang memungkinkan Nasabah secara interaktif menentukan perlindungan sesuai kebutuhan.
- Ini adalah sebuah platform digital berisi modul perencanaan keuangan, pembuatan ilustrasi, hingga pengajuan aplikasi asuransi jiwa. Aplikasi ini berbasis *tablet* dan bersifat daring (*online*) sehingga memudahkan penjelasan ke calon Nasabah, di mana pun dan kapan pun.

Innovation and Digital Technology

In 2020, we performed a series of innovations in developing our digital technology to improve the Company's performance, assist business partners and develop Customer services as follows:

Allianz eAZy Connect

This is a special portal where Customers can receive information as to their insurance policies. It can be accessed online anytime and anywhere - hence the name "eAZy Connect". Information that can be accessed includes:

- *Information on new policy submissions*
- *Policy details, such as policyholder information, insured information, payment information, agents and policy history*
- *Financial information, fund transactions, customer selected funds and latest balances*
- *Claims history*
- *Documents, such as transaction statements, annual transaction reports, billing and reminders*
- *Benefit table for policyholder health insurance*

Expert Underwriting System (EUS)

- *An automatic underwriting system to optimize a good insurance experience for potential Customers.*
- *With the presence of EUS, the role of human underwriters is replaced by a system that has been programmed to process underwriting and remains under general principles in life insurance.*

Allianz Discover

- *Allianz Discover is an updated digital application for life and health insurance agents that allows Customers to interactively determine protection according to their needs.*
- *By using Allianz Discover, both agents and Customers can take advantage of its various features to help determine what type of protection is most suitable. Allianz Discover provides information on financial needs and risks so that agents can invite Customers to determine the insurance coverage as needed.*



- Dengan menggunakan Allianz Discover, baik tenaga pemasar dan Nasabah bisa memanfaatkan berbagai fitur yang ada di dalamnya untuk membantu menentukan jenis perlindungan apa yang paling sesuai.

Allianz eAZy Payment

Sebuah portal pembayaran Allianz untuk mempermudah pembayaran premi bagi Nasabah. Setelah semua proses ini selesai, Nasabah hanya perlu menunggu hingga polisnya terbit dan dikirimkan oleh Allianz.

Allianz Smart Point

Merupakan program *loyalty point* yang dipersembahkan khusus bagi Nasabah Allianz. Program ini bisa digunakan Nasabah dengan menukarkan poin yang dimiliki dengan penawaran menarik dari beragam *merchant* yang bekerja sama dengan Allianz.

Allianz Innovation Lab

- Allianz Innovation Lab merupakan sebuah lingkungan kerja yang dinamis di mana karyawan dari lintas departemen dapat bekerja dan berkolaborasi untuk menciptakan solusi dan inovasi baru bagi para mitra bisnis dan Nasabah.
- Tujuan utama dari Allianz Innovation Lab adalah agar karyawan dapat bekerja lebih tangkas dan mendorong kolaborasi antar karyawan sehingga kami dapat menciptakan solusi perlindungan berkualitas dan menyampaikannya dalam waktu singkat sehingga memberikan pengalaman terbaik bagi Nasabah.

Agile Journey (Working Method)

- Agile Journey berfokus untuk meningkatkan proses kerja, tempat kerja, orang-orang bertalenta serta produk & layanan dari Allianz Indonesia.
- Allianz memiliki tujuan untuk menciptakan tempat kerja yang mendorong kolaborasi dengan menghilangkan mentalitas *silos* (sifat tertutup).
- Allianz percaya pada pemberdayaan sumber dengan menciptakan banyak peluang dan mendorong orang-orang bertalenta yang memiliki ragam keahlian. *Agile Journey* di Allianz tidak terbatas hanya sekedar membawa suatu perangkat, proses, teknik, dan struktur organisasi baru tetapi juga akan menumbuhkan pola pikir yang *agile*.
- Agar tetap relevan terhadap keadaan pasar yang selalu berubah, proses Kerja kita harus lebih singkat, lebih sederhana, dan lebih fleksibel. Kelincahan dalam proses kerja kita akan memberi keunggulan dalam hal waktu yang lebih cepat di pasar dan menjadi lebih inovatif dan kompetitif dalam bertindak dalam menciptakan produk dan layanan yang digital dan eAZy.

- *Allianz Discover helps agents streamline the sales process and can be used with Customers for a seamless insurance purchase experience.*

Allianz eAZy Payment

An Allianz payment portal that simplifies premium payments for Customers. After all processes are complete, Customers only need to wait for the policy to be issued and sent by Allianz.

Allianz Smart Point

This is a loyalty point program offered exclusively to Allianz Customers. With this program, Customers can exchange their points for attractive offers from various Allianz merchant partners.

Allianz Innovation Lab

- *Allianz Innovation Lab is a dynamic work environment where employees from across departments can collaborate to create new solutions and innovations for business partners and Customers.*
- *Using the agile method, the main objective of the Allianz Innovation Lab is to encourage collaboration between teams so that we can create quality protection solutions and deliver them promptly to provide the best experience for Customers.*

Agile Journey (Working Method)

- *Agile Journey focuses on improving the work process, workplace, talented people and products & services from Allianz Indonesia.*
- *Allianz aims to create a workplace that encourages collaboration by eliminating the silo mentality which is by nature more closed and rigid.*
- *Allianz believes in empowering resources by creating opportunities and encouraging talented people with a wide range of expertise. The Agile Journey at Allianz is not only limited to just bringing new tools, processes, techniques and organizational structures but will also foster an agile mindset.*
- *To stay relevant in changing market conditions, our work processes must be simpler, more streamlined and flexible. Agile work processes mean more innovation and fostering a timely competitive edge in creating convenient digital and eAZy products and services.*

Menjadi Perusahaan yang Terpercaya

Becoming a Trusted Company

Dunia berubah dengan sangat dinamis dan membuat kita harus beradaptasi dengan “new normal” atau rutinitas baru. Pandemi telah mempengaruhi banyak sektor dan menciptakan ketidakpastian massal dan pasar yang bergejolak. Namun, kami berkomitmen untuk memberikan yang terbaik dengan berfokus pada pertumbuhan, kualitas, dan pengalaman sebagai strategi kami.

Pendekatan Kami

Kami terus meningkatkan ketahanan organisasi melalui fokus kami pada peningkatan produktivitas bahkan di masa yang tidak pasti karena pandemi. Kami tetap berkomitmen penuh untuk Nasabah dan kesejahteraan komunitas sambil mempertahankan dan mengembangkan sumber daya terbaik dan paling berbakat kami. Kami juga menekankan tata kelola yang kuat dan memastikan bahwa kami telah mematuhi aturan dan ketentuan yang berlaku serta menerapkan praktik manajemen risiko terbaik.

Kinerja Keuangan

Di tengah tantangan yang sangat dinamis yang dihadapi Perusahaan seperti kondisi pandemi, Perusahaan tetap mencatatkan pertumbuhan kinerja yang positif dan solid di tahun 2020. Perusahaan mencatatkan Pendapatan Premi Bruto (PPB) sebesar Rp16,95 triliun pada tahun 2020 sebagai nilai ekonomi yang dihasilkan. Nilai ekonomi yang didistribusikan di tahun 2020 adalah sebesar Rp1,98 miliar sehingga nilai ekonomi yang ditahan adalah sebesar Rp 14,96 miliar.

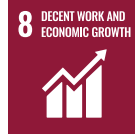
The world has changed and people are learning how to adjust to the “new normal”. The pandemic has affected many sectors and created mass uncertainty and volatile markets. However, Allianz Life remains committed to delivering the best by focusing on growth, quality, and experience as our strategy.

Our Approach

Allianz Life has continued to enhance the resilience of the organization by focusing on improving productivity, even in these uncertain times. The Company remains fully committed to Customers and community wellness while maintaining and developing the best and most talented resources. Allianz Life also emphasizes strong governance and ensures compliance with prevailing rules and regulations as well as implementing best risk management practices.

Financial Performance

In the midst of dynamic challenges, including the pandemic, the Company still achieved positive and solid growth in 2020. The Company recorded Gross Written Premium (GWP) of Rp16.95 trillion in 2020 as the generated economic value. Total distributed economic value in was Rp1.98 billion, and the retained economic value was Rp14.96 billion.



(dalam Rp juta / in million Rp)

Keterangan <i>Description</i>	2020	2019
Nilai Ekonomi yang Dihasilkan <i>Generated Economic Value</i>		
Pendapatan Premi Bruto <i>Gross Written Premium</i>	16.945.813	13.258.047
Jumlah Nilai Ekonomi yang Dihasilkan (A) <i>Total Generated Economic Value</i>	16.945.813	13.258.047
Nilai Ekonomi yang Didistribusikan <i>Distributive Economic Value</i>		
Biaya Operasional <i>Operational Expenses</i>	539.067	414.235
Gaji dan Tunjangan Karyawan <i>Employee Salary and Allowance</i>	562.743	469.543
Pembayaran Dividen <i>Dividend Payment</i>	550.000	750.000
Pembayaran Pajak Penghasilan <i>Tax Income Payment</i>	324.731	348.404
Investasi untuk Program Pengembangan Masyarakat <i>Investment for Community Development Program</i>	5.900	3.964
Jumlah Nilai Ekonomi yang Didistribusikan (B) <i>Total Distributed Economic Value</i>	1.982.441	1.986.146
Nilai Ekonomi yang Ditahan (A-B) <i>Retained Economic Value</i>	14.963.372	11.271.901

Menjadi Perusahaan yang Terpercaya

Becoming a Trusted Company

Manajemen Talenta

Penting bagi kami untuk menarik, mengembangkan, dan mempertahankan bakat yang berkomitmen untuk meningkatkan bisnis jangka panjang yang berkelanjutan bagi Perusahaan. Kami juga menekankan pembangunan tenaga kerja yang beragam dan inklusif dengan memberikan peluang yang setara. Dengan iklim bisnis yang dinamis, fokus kami adalah membekali tenaga kerja kami dalam menghadapi tantangan melalui peluang pengembangan di setiap jenjang organisasi.

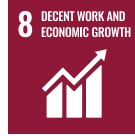
Talent Management

Allianz Life was able to attract, develop and retain talent to enhance its long-term, sustainable business. Therefore, the focus is on building a diverse and inclusive workforce with equal opportunities. With the dynamic business climate, The Company successfully equipped and educated the workforce to face inevitable challenges through development opportunities at every level of the organization.

Total Rata-Rata Jam Pelatihan Tahun 2020

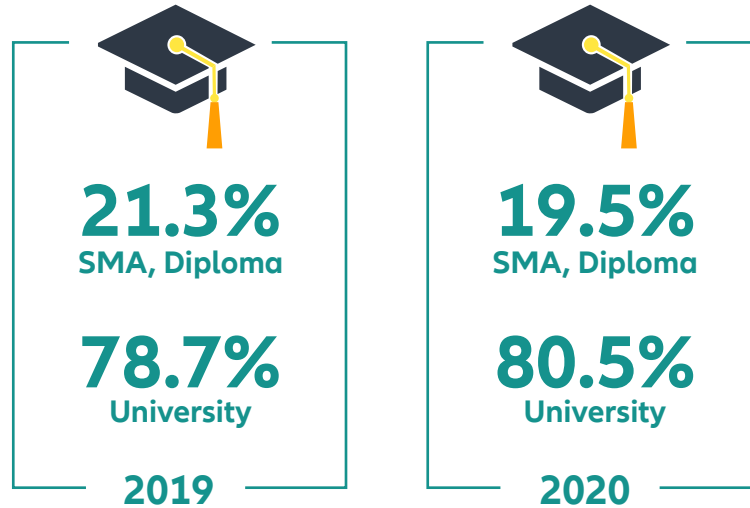
Table of Average Training Hours in 2020

Keterangan <i>Description</i>	Jumlah Hari Pelatihan <i>Total Training Days</i>	Jumlah Karyawan <i>Total Employees</i>	Rata-Rata Hari Pelatihan Tiap Karyawan <i>Average Training Days per Employee</i>
Berdasarkan Jenis Kelamin <i>By Gender</i>			
Pria <i>Male</i>	2090	566	3.69
Wanita <i>Female</i>	3016	524	5.75
Berdasarkan Usia (tahun) <i>By Age (years old)</i>			
51-60	368	73	5.04
41-50	1359	273	4.98
31-40	2466	515	4.79
21-30	913	229	3.99
Berdasarkan Jenjang Jabatan <i>By Position Level</i>			
Manajer <i>Manager</i>	1696	336	5.05
Supervisor <i>Supervisor</i>	2317	456	5.08
Staf <i>Staff</i>	1093	298	3.67

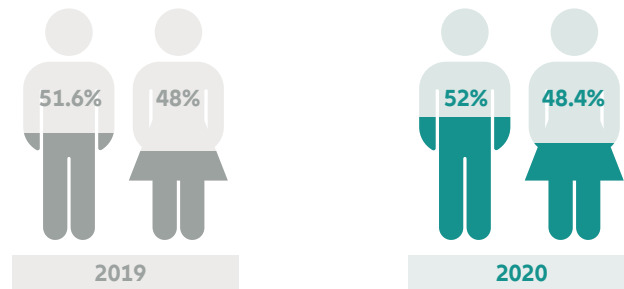


GRI
102-8, 102-41,
404-1, 405-1

Jumlah Karyawan Berdasarkan Edukasi
Total Employee By Education



Jumlah Karyawan Berdasarkan Jenis Kelamin
Total Employee By Gender



Kepatuhan

Kami yakin dengan menerapkan tata kelola Perusahaan yang baik, kami akan mampu membangun dan memelihara kepercayaan para pemangku kepentingan. Kami berkomitmen dalam menjaga profesionalisme, etika, dan integritas dalam setiap aspek bisnis yang kami lakukan. Kami juga memastikan kepatuhan terhadap semua peraturan perundang-undangan yang berlaku dengan memperhatikan aspek transparansi, akuntabilitas, responsibilitas, independensi dan kewajaran. Pada tahun 2020, Perusahaan melaporkan bahwa tidak terdapat pelanggaran peraturan yang terjadi.

Compliance

Allianz Life believes that by implementing Good Corporate Governance, the trust of our stakeholders is built and preserved. The Company is committed to maintaining professionalism, ethics, and integrity in every business aspect, while ensuring compliance with all prevailing rules and regulations by taking into account the aspects of transparency, accountability, responsibility, independence and fairness. In 2020, there were no recorded compliance breaches.

Menjalankan Bisnis Kami dengan Tanggung Jawab

Doing Our Business Responsibly

Di Allianz Life Indonesia, kami percaya bahwa lingkungan yang sehat akan berdampak pada masyarakat dan perekonomian yang sehat pula. Kami berupaya untuk bertanggung jawab atas dampak dari kegiatan bisnis kami terhadap lingkungan, sehingga kami memulai inisiatif untuk menggunakan sumber daya seperti energi, kertas, dan air dengan cara yang berkelanjutan. Kami ingin menjadi bagian dari gerakan menciptakan dunia yang lebih hijau bagi generasi mendatang.

Pendekatan Kami

Kami berkomitmen dalam menjalankan kegiatan usaha sehari-hari secara bertanggung jawab. Untuk itu, kami memanfaatkan sumber daya termasuk energi, kertas, dan air secara bijaksana dimana hal tersebut tidak hanya akan mengurangi emisi Gas Rumah Kaca (GRK), namun juga dapat mengurangi biaya operasional.

Tahun ini, kami mulai melaporkan laporan keberlanjutan sebagai bagian dari komitmen kami dalam menciptakan bisnis yang berkelanjutan dan mematuhi peraturan yang berlaku. Ke depan, kami berkomitmen untuk terus menyampaikan laporan keberlanjutan setiap tahunnya dan meningkatkan pemahaman kami terhadap pengelolaan lingkungan yang berkelanjutan.

At Allianz Life Indonesia, the belief is that a healthy environment leads to a healthy society and economy and it is for this that the Company's sustainability framework stands. Taking accountability for the impact that activities have on the environment means finding ways to use resources like energy, paper, and water in a sustainable way. The Company aims to become part of the movement creating a greener world for future generations.

Our Approach

Allianz Life Indonesia is committed to executing day-to-day business activities responsibly. This involves utilizing resources including energy, paper, and water wisely which will not only reduce Greenhouse Gas (GHG) emissions, but also lower operating costs.

Presenting this 2020 sustainability report is part of the Company's commitment to creating a sustainable business and complying with prevailing regulations. Looking ahead, Allianz Life Indonesia is committed to delivering sustainability reports annually and advancing our understanding of sustainable environmental business practices.



Efisiensi Energi

Pada tahun 2020, kami mencatatkan intensitas energi sebesar 134,60 Kwh/m² dari 174,50 Kwh/m² di tahun 2019. Sehingga efisiensi intensitas energi secara keseluruhan tercatat sebesar 22,87%. Penurunan tersebut terjadi seiring adanya kebijakan bekerja dari rumah yang digaungkan oleh Pemerintah pada masa pandemi. Selain itu, kami juga terus mengkampanyekan hemat energi kepada karyawan kami. Kami menargetkan untuk terus melakukan upaya efisiensi energi hingga 5% di tahun depan.

Energy Efficiency

In 2020, energy intensity was recorded at 134.60 Kwh/m² from 174.50 Kwh/m² in 2019. Therefore, the energy intensity efficiency in total reached 22.87%. This reduction occurred as the Work from Home policy imposed by the government during the pandemic outbreak. In addition, the campaign in saving the energy was also internalized to employees. The aim is to continue reducing energy use by 5% in the following years.

Total Konsumsi Energi

Table of Energy Consumption

Keterangan Description	2020	2019
Konsumsi Energi (Kwh) Energy Consumption	1.792.047	2.323.238
Intensitas Energi (Kwh/m ²) Energy Intensity	134,60	174,50
Efisiensi Energi (Kwh) Energy Efficiency	531.191	

Menjalankan Bisnis Kami dengan Tanggung Jawab

Doing Our Business Responsibly

Perjalanan Bisnis

Kami mendefinisikan perjalanan bisnis sebagai perjalanan melalui udara, kereta dan mobil untuk kepentingan bisnis. Total emisi dari perjalanan bisnis tercatat menurun sebesar 76,38% di tahun 2020, hal tersebut terjadi seiring pemberlakuan pembatasan sosial berskala besar (PSBB) oleh Pemerintah. Selain itu, kami juga meningkatkan penggunaan teknologi dalam *platform* pertemuan secara daring untuk mengurangi perjalanan bisnis selama pandemi.




Corporate Travel

Corporate travel is defined as travel by air, train and car for business purposes. Total emissions resulting from corporate travel decreased by 76.38% in 2020, as the Large-Scale Social Restrictions (PSBB) imposed by the government took effect. In addition, the increased use of technology in online meeting platforms has lowered corporate travel during the pandemic.

186

Total Perjalanan Bisnis

Table of Corporate Travel

Perjalanan Bisnis (Km) Corporate Travel		2020	2019
	Perjalanan Udara (Jarak Pendek) <i>Air Travel (Short Haul)</i>	44.524	215.832
	Perjalanan Udara (Jarak Jauh) <i>Air Travel (Long Haul)</i>	1.534.210	6.484.489
	Perjalanan Kereta (Jarak Pendek) <i>Train Travel (Short Haul)</i>	20.559	162.440
	Perjalanan Kereta (Jarak Jauh) <i>Train Travel (Long Haul)</i>	5.180	N/A
	Mobil Operasional Kantor Pusat <i>Head Office Operational Car</i>	33.309	70.079
Total		1.637.782	6.932.840



Efisiensi Penggunaan Kertas

Kegiatan sehari-hari kami membutuhkan banyak dokumen. Oleh karena itu, kami berupaya untuk mengurangi penggunaan kertas dengan mengembangkan platform digital sebagai bagian dari kampanye paperless. Selain itu, kami juga mengajak karyawan untuk berpikir sebelum mereka mencetak dan juga mengupayakan untuk mencetak di kertas bekas.

Paper Use Efficiency

Daily business activities require significant paperwork. Therefore, the Company aims to reduce paper use by developing digital platforms as part of a paperless campaign. In addition, employees are requested to think before they print and are encouraged to print on used paper where possible.

Fokus kami pada peningkatan inovasi digital dan juga mengubah cara mencetak pada kertas menawarkan solusi yang lebih sederhana dalam menjalankan tugas kami sehari-hari dan mengurangi pencetakan kertas, sehingga dapat mengurangi biaya kami pula. Pada tahun 2020, kami berhasil melakukan efisiensi 30,92% penggunaan kertas dari 106.041 kg di tahun 2019 menjadi 73.257 kg di tahun 2020.

Company focus is on improving digital innovations. We aim to use simpler sustainable solutions to reduce our paper usage in executing our daily tasks, and to reduce costs. In 2020, the Company achieved a 30.92% reduction in paper use from 106,041 kg in 2019 to 73,257 kg in 2020.

Total Penggunaan Kertas (Kg)
Table of Paper in Use (Kg)

Penggunaan Kertas <i>Paper Use</i>		2020	2019*
	Kantor Pusat <i>Head Office</i>	27.569	42.436
	Polis <i>Policy</i>	31.679	47.567
	Cetak Layanan Bisnis <i>Business Service Printing</i>	11.989	13.985
	Polis AHCS <i>Policy AHCS</i>	2.019	2.053
	Total	73.257	106.041

* Menggunakan metode pengukuran yang berbeda.
Using a different method of measurement

Menjalankan Bisnis Kami dengan Tanggung Jawab

Doing Our Business Responsibly



188

Efisiensi Air

Pada tahun 2020, kami mencatatkan penggunaan air sebesar 21.254 m³ dimana terjadi efisiensi sebesar 20,26% dari penggunaan air pada tahun 2019 yang tercatat sebesar 26.653 m³. Kami mencatatkan pula penurunan intensitas air sebesar 20,00% di tahun 2020.

Water Efficiency

In 2020, water consumption was recorded at 21,254 m³ and achieved 20.26% efficiency compared to water consumption in 2019 of 26.653 m³. Water intensity also recorded a reduction of 20.00% in 2020.

Total Konsumsi Air

Table of Water Consumption

	Keterangan Description	2020	2019
	Konsumsi Air (m ³) Water Consumption	21.254	26.653
	Intensitas Air (m ³ /m ²) Water Intensity	1,60	2,00
	Efisiensi Energi (m ³) Energy Efficiency		5.399



Pengelolaan Limbah

Pengelolaan limbah di Perusahaan dilakukan oleh Permata Medialand sebagai pemilik dan pengelola gedung Allianz Tower, dengan melakukan pemilahan sampah untuk daur ulang dan non daur ulang yang kemudian dikirim ke TPA secara berkala.

Pada tahun 2020, limbah pada gedung Allianz tercatat sebesar 23.426 kg, menurun 77,89% dibandingkan limbah pada tahun sebelumnya yang tercatat sebesar 105.974 kg.

Waste Management

Waste management within the Company is carried out by Permata Medialand as the owner and manager of the Allianz Tower building. The waste management is conducted by sorting waste for recycling and non-recycling and then delivered to landfills on a regular basis.

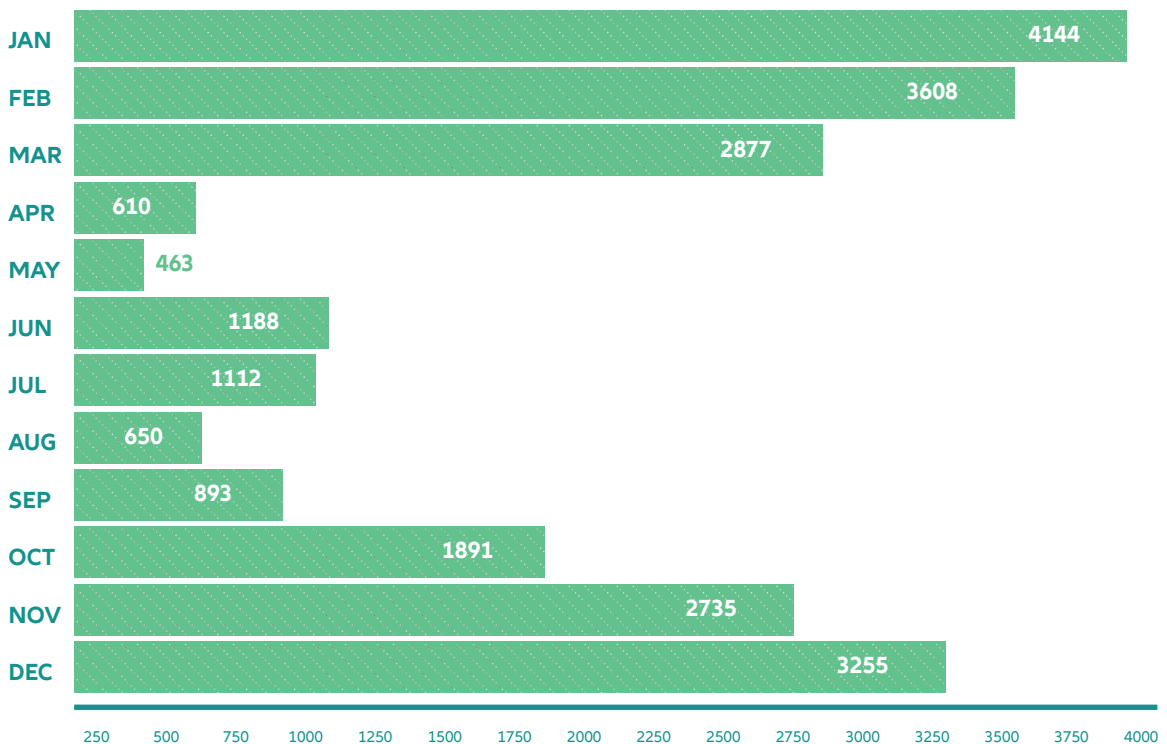
In 2020, waste in Allianz premises was 23,426 kg, decreasing by 77.89% compared to waste in the previous year of 105,974 kg.



Total Limbah (Kg)
Table of Waste (Kg)

Keterangan Description	2020	2019
Jumlah Limbah Total Waste	23.426	105.974

Limbah Gedung Allianz (Kg)
Waste of Allianz Premises (Kg)



Menjalankan Bisnis Kami dengan Tanggung Jawab

Doing Our Business Responsibly



190

Bank Sampah

Allianz Indonesia secara konsisten telah mendukung program Bank Sampah Gusling sejak tahun 2018 di gedung kantor pusat Allianz Indonesia. Hal tersebut sebagai bagian dari komitmen dalam mengurangi sampah di Indonesia yang menurut catatan Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan mencapai 67,8 juta ton di tahun 2020, dengan memulai dari wilayah sekitar area operasional kami.

Tahun 2019 merupakan tahun keempat berdirinya Bank Sampah Gusling di Kelurahan Guntur, dan tahun kedua pelaksanaan penimbangan sampah di Allianz Tower. Sampai dengan akhir Desember 2019, total Nasabah Bank Sampah Gusling adalah sebanyak 239 orang dan lebih dari 50% Nasabah merupakan karyawan dan agen Allianz Indonesia, serta karyawan Perusahaan lainnya di Allianz Tower. Dari 239 Nasabah tersebut, total tabungan mencapai angka Rp15.401.264,00. Tahun ini, terjadi penurunan jumlah tonase sampah yang ditabungkan Nasabah, sebesar -7% dari 8.630 kg di tahun 2018 menjadi 7.989 kg. Meskipun demikian, keuntungan yang diperoleh Bank Sampah Gusling dari hasil selisih jual sampah meningkat 4% dari tahun sebelumnya menjadi Rp2.717.011,00. Hal ini disebabkan manajemen lebih rajin memilah sampah sehingga nilai jual di Bank Sampah Induk lebih tinggi.

Waste Bank

Allianz Indonesia has consistently supported the Gusling Waste Bank programme through waste weighing activities in Allianz Tower since 2018. It is part of the Company's commitment to reducing Indonesia's waste which is based on records from the Ministry of Environment and Forestry and which reached 67.8 million tons in 2020, from the surrounding area of our operations.

2019 was the fourth year that the Gusling Waste Bank has been established in the Guntur District and the second year for weighing the waste at Allianz Tower. As of the end of December 2019, the total Customers of Gusling Garbage Bank were 239 people and more than 50% of Customers included employees and agents of Allianz Indonesia, as well as employees of other companies at Allianz Tower. Of the 239 Customers, total savings reached IDR 15,401,264.00. This year, there has been a decrease in the amount of waste tonnage saved by Customers, by -7% from 8,630 kg in 2018 to 7,989 kg. The profit that Gusling Garbage Bank earned from the difference in selling waste increased by 4% from the previous year to Rp2,717,011.00. This is due to management being more diligent in sorting waste so that the selling value was higher at the Parent Garbage Bank.

Data Pengumpulan Sampah
Waste Collection Data

Indikator <i>Paper Use</i>	2020	2019
Jumlah Penambahan Nasabah (orang) <i>Total New Customer (people)</i>	32	121
Jumlah Tonase Sampah (Kg) <i>Total Waste Ton (Kg)</i>	5.612,7	7.989
Jumlah Tabungan Nasabah (Rp) <i>Total Customer Saving (Rp)</i>	985.320	15.401.264

Jenis Kegiatan <i>Activity Type</i>	Frekuensi Kegiatan <i>Activity Frequency</i>
Penimbangan Sampah Nasabah <i>Customer Waste Weighing</i>	2 kali 2 times
Donasi Sampah Karyawan <i>Employee Waste Donation</i>	35 kali 35 times



Menciptakan Masyarakat yang Lebih Baik

Creating Better Communities

Pandemi COVID-19 adalah tantangan luar biasa yang terus memengaruhi banyak aspek kehidupan sehari-hari. Sejalan dengan misi kami untuk mengasuransikan lebih banyak orang, Allianz Life berkomitmen untuk memberikan perlindungan kepada masyarakat Indonesia. Allianz Indonesia melalui Yayasan Allianz Peduli (YAP) telah melaksanakan berbagai program tanggung jawab sosial Perusahaan dengan tujuan untuk menciptakan masyarakat yang lebih baik.

Pendekatan kami

Fokus pendekatan kami dalam menciptakan masyarakat yang lebih baik adalah dengan berkontribusi di bidang pendidikan, kesehatan, pemberdayaan ekonomi, serta lingkungan dan bantuan bencana. Di tahun 2020, di tengah keterbatasan yang kami miliki selama pandemi COVID-19, kami berhasil bekerja sama dengan berbagai mitra untuk melaksanakan program dan memberikan manfaat yang lebih besar kepada masyarakat.

The pandemic has been an extraordinary challenge that continues to impact many aspects of our day-to-day life. Aligned with our mission to insure more people, Allianz Life is committed to protecting as many Indonesian people as possible. Allianz Indonesia through Yayasan Allianz Peduli (YAP) has carried out various Corporate Social Responsibility programs to create better communities.

Our Approach

Our approach is to contribute in the areas of education, health, economic empowerment, environment and disaster relief. In 2020, amid the pandemic limitations, Allianz Life successfully collaborated with different partners to execute various programs and provide greater benefits to communities.

192



Bantuan Kesehatan

Kami berkolaborasi dengan Halodoc menggelar *drive thru rapid test* COVID-19 gratis untuk 6.000 lebih masyarakat di DKI Jakarta pada 20-25 April 2020. Halodoc merupakan platform layanan kesehatan digital terdepan yang telah ditunjuk secara resmi oleh Kementerian Kesehatan dan BNPB untuk membantu melakukan deteksi dini COVID-19 kepada masyarakat. Selain itu, di bulan yang sama kami juga menyalurkan donasi berupa alat kesehatan seperti alat pelindung diri (APD), masker, sarung tangan, serta cairan disinfektan kepada para tenaga medis melalui Ikatan Dokter Indonesia (IDI). Kemudian kami juga bekerjasama dengan Jovee.id Perusahaan digital yang fokus pada bidang kesehatan, dengan memberikan paket vitamin kepada tenaga medis.

Health Assistance

Allianz Life Indonesia collaborated with Halodoc to hold free COVID-19 drive-thru rapid testing for more than 6,000 people in DKI Jakarta on April 20-25, 2020. Halodoc is the leading digital health service platform that has been officially appointed by the Ministry of Health and BNPB to help carry out early detection of COVID-19 for the public. Also, in the same month, the Company distributed donations in the form of medical devices such as personal protective equipment (PPE), masks, gloves, and disinfectant fluids to medical personnel through the Indonesian Doctors Association (IDI). Then, collaborating with jovee.id, a digital Company that focuses on health, vitamin packages were provided to medical personnel.



**Peningkatan Pendidikan
PEDIA 3.0**

Melalui Program Edukasi Inovatif untuk Anak (PEDIA), kami berkolaborasi dengan EDU Foundation, menghadirkan beragam kegiatan yang bisa meningkatkan minat baca dan kreativitas anak. Pertama adalah SMILEY Fun Science. Menyediakan beragam video eksperimen ilmiah yang menyenangkan dan mudah untuk dipraktikkan oleh para siswa di rumah. Sebanyak 534 pasang (orang tua dan anak) telah merasakan serunya bereksperimen dengan SMILEY Fun Science. Kedua yaitu Smart Mobile Library (SMILEY) yang sebelumnya beroperasi di lima sekolah dasar di seluruh wilayah Jakarta pada Februari-Maret 2020, dan diikuti oleh 1.027 siswa, kini semasa pandemi bertransformasi menjadi SMILEY GO! yang beroperasi di empat Ruang Publik Terpadu Ramah Anak (RPTRA) di Jakarta, dan satu komunitas sosial di Kota Bekasi. Petugas SMILEY GO! kemudian akan mengantarkan buku-buku pilihan ke rumah 65 anak yang terdaftar di RPTRA dan komunitas sesuai jadwal.

**Education Improvement
PEDIA 3.0**

Through the Innovative Education Program for Children (PEDIA), Allianz Life collaborated with the EDU Foundation, presenting various activities to increase reading interest and creativity in children. First, SMILEY Fun Science provides a variety of scientific experiment videos that are fun and easy for students to practice at home. A total of 534 pairs (parents and children) felt the thrill of experimenting with SMILEY. Second, the Smart Mobile Library (SMILEY) which previously operated in five elementary schools in the Jakarta area, was available between February and March 2020, was participated in by 1,027 students, and was transformed during the pandemic into SMILEY GO! SMILEY GO! operating in four Child-Friendly Integrated Public Spaces (RPTRA) in Jakarta, and one social community in Bekasi City. SMILEY GO! delivered selected books to the homes of the 65 children registered in the RPTRA and the community.

Menciptakan Masyarakat yang Lebih Baik

Creating Better Communities

Program inovatif lainnya yakni kompetisi *Lawan Bullying* dengan Komedi yang bertujuan untuk mengedukasi masyarakat, khususnya remaja terkait *bullying* dengan cara yang menyenangkan. Harapannya dapat meminimalisir perilaku *bullying* yang marak terjadi di kalangan remaja dan membangun mental para remaja. Sebanyak 149 remaja dari 21 provinsi di Indonesia mendaftarkan diri dalam kompetisi ini. Setelah melalui proses seleksi terpilihlah 12 finalis yang mendapatkan mentoring dari para komika seperti Mo Sidik, Gilang Bhaskara, dan David Nurbianto. Juara pertama kompetisi ini adalah Sisti Malika Ruslan, 17 tahun, asal Pinrang – Sulawesi Selatan.

Another innovative program championed by the Company was the Competition Against Bullying with Comedy which aims to educate the public, especially teenagers, about bullying in a fun non-confrontational way. The aim is to minimize bullying behavior that is often common among adolescents and build youth mental health. As many as 149 teenagers from 21 provinces in Indonesia registered for this competition. After going through a selection process, 12 finalists were chosen and received mentoring from comics such as Mo Sidik, Gilang Bhaskara, and David Nurbianto. The 1st winner of the competition was Sisti Malika Ruslan, 17 years old, from Pinrang - South Sulawesi.

194



We Are The Future

Kami bekerja sama dengan SOS Children's Villages Semarang melaksanakan program *We Are the Future* sejak September 2020. Tujuannya adalah membantu peningkatan kapasitas anak remaja. Dalam kesempatan ini sebanyak 292 remaja tingkat SMA/SMK mendapatkan pelatihan bahasa Inggris dan komputer, program ketahanan diri dan kewirausahaan, pendampingan usaha, hingga pemagangan. Program ini akan diimplementasikan hingga tahun 2022.

We Are The Future

In September 2020, we worked with the SOS Children's Villages Semarang to implement the "We Are the Future" program to support the capacity building of teenagers. On this occasion, 292 high school / vocational high school youths received training in English and computers, self-defense, entrepreneurship programs, business assistance, and apprenticeships. This program will run until 2022.



Pemberdayaan Ekonomi EMPOWERED 3.0

Bersama dengan mitra, kami mengadakan kompetisi EMPOWERED (*Economic Empowerment for Entrepreneurs with Disability*) pada Maret 2020, sebuah program pendampingan dan pengembangan usaha untuk memberdayakan masyarakat difabel. Dari 26 proposal yang masuk, kami memilih 10 rencana bisnis terbaik untuk mendapatkan pendampingan pengembangan usaha selama 3 bulan oleh para *volunteer* dari Allianz Indonesia dan mitra. Di akhir program, terpilih tiga rencana usaha terbaik yakni M. Wazir dari Kabupaten Semarang, M. Abdul Ghofur dari Kabupaten Blora, dan Wuri Akhdiyatni dari Kabupaten Bantul. Para pelaku ini berhak mendapatkan dana untuk pengembangan usaha sebesar masing-masing Rp50.000.000,00.

Economic Empowerment EMPOWERED 3.0

Together with partners, the EMPOWERED (Economic Empowerment for Entrepreneurs with Disability) competition was held by the Company in March 2020. EMPOWERED is a mentoring and business development program aimed at empowering people with disabilities to gain more financial independence. Of the 26 proposals submitted, the Company selected 10 of the best business plan. The chosen participants received three months of business development coaching by volunteers from Allianz Indonesia and partners. At the end of the program, the three top business plans were selected; namely M. Wazir from Semarang Regency, M. Abdul Ghofur from Blora Regency, and Wuri Akhdiyatni from Bantul Regency. These entrepreneurs received Rp50,000,000.00 each for business development to bring their business goals to life.

Menciptakan Masyarakat yang Lebih Baik

Creating Better Communities



196

Bantuan Sosial Ekonomi

Dampak besar dari pandemi COVID-19 yang menimpa masyarakat adalah melemahnya sektor ekonomi. Untuk itu kami menyalurkan donasi kepada 1.350 kepala keluarga di Jakarta, Bogor dan Bekasi dalam bentuk voucher belanja elektronik senilai Rp50.000,00 dan masker non medis per kepala keluarga. Penerima donasi ini merupakan masyarakat yang terdampak pandemi COVID-19, dan juga bagian dari komunitas warga yang sebelumnya telah mendapatkan literasi keuangan dari kami. Allianz Group juga memberikan donasi sosial kepada 635 orang, dan bantuan dana untuk 238 UMKM. Semuanya merupakan masyarakat dampingan SOS Children's Villages.

Social Economy Assistance

The COVID-19 epidemic has weakened the economy and, as a result, more and more households are struggling to make ends meet. As a response to this pressure, Allianz Life Indonesia distributed donations to 1,350 households in Jakarta, Bogor and Bekasi in the form of electronic shopping vouchers worth Rp 50,000.00, and non-medical masks. The recipients had been affected by the COVID-19 pandemic, and were also part of the community of residents who have previously received financial literacy training from the Company. Social donations were also provided to 635 people, and financial assistance for 238 MSMEs. All of them are assisted by SOS Children's Villages.



Social Innovation Fund 2020

Melalui kompetisi Social Innovation Fund 2020, Get Plastic Foundation berhasil keluar sebagai pemenang. Get Plastic Foundation merupakan sebuah organisasi yang tidak hanya aktif dalam gerakan bebas sampah plastik, tetapi juga memiliki mesin untuk mengubah sampah plastik menjadi bahan bakar solar. Get Plastic Foundation mendapatkan bantuan dana dari Allianz Indonesia sebesar Rp230.000.000,00, yang akan digunakan untuk mendirikan Get Plastic Learning Center di Bali dan menambah satu unit mesin. Bahan bakar solar yang dihasilkan dari mesin tersebut akan didonasikan kepada masyarakat yang membutuhkan.

Social Innovation Fund 2020

Through the Social Innovation Fund 2020 competition, the Get Plastic Foundation was chosen as the winner. The Get Plastic Foundation is an organization that is not only active in the plastic free waste movement but also has a machine that can convert plastic waste into diesel fuel. The Get Plastic Foundation received funding assistance from Allianz Indonesia amounting to Rp230,000,000.00, which will be used to establish the Get Plastic Learning Center in Bali and to purchase one additional machine. The diesel fuel produced from this machine will be donated to underprivileged communities.



Penanaman Mangrove

Pada 2020, kami merangkul Semesta Mangi Lestari untuk melakukan penanaman 1.400 pohon mangrove, dan kegiatan pungut sampah di Pulau Pramuka pada 11-12 September 2020. Kegiatan ini didokumentasikan dalam bentuk tur virtual sehingga dapat diakses oleh masyarakat luas. Tur virtual ini ditayangkan bersamaan dengan webinar World Clean Up Day pada 21 September 2020.

Mangrove Planting

In 2020, Allianz Indonesia collaborated with Semesta Mangi Lestari to plant 1,400 mangrove trees and to collect waste in Pulau Pramuka on 11-12 September 2020. This activity was documented in the form of a virtual tour so that it can be accessed by the public. This virtual tour was broadcast alongside the World Clean Up Day webinar on September 21, 2020.

Mengintegrasikan Sustainable Development Goals (SDGs) ke Dalam Operasional Allianz Life Indonesia

Integrating Sustainable Development Goals (SDGs) into Allianz Life Indonesia Operations

Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs) PBB adalah seruan universal untuk bertindak untuk mengakhiri kemiskinan, untuk melindungi planet ini dan untuk meningkatkan stabilitas politik dan ekonomi global. Melalui 17 komitmen yang berani dan 169 sub-target, tujuan tersebut berupaya untuk mendorong tindakan global melintasi tantangan yang terkait dengan ekonomi, sosial, lingkungan, dan tata kelola di zaman kita untuk mendorong perubahan transformasional. Hal ini membutuhkan pemerintah dan pelaku bisnis untuk berkontribusi dalam komitmen mereka. Sebagai penyedia asuransi dan solusi keuangan terkemuka di Indonesia, Allianz telah mengadopsi lima dari tujuan yang paling relevan dengan operasi bisnis kami.

The U.N. Sustainable Development Goals (SDGs) are a universal call to action to end poverty, to protect the planet and to improve global political and economic stability. Through 17 bold commitments and 169 sub-targets, the goals seek to drive global action across economic, social, environmental and governance-related challenges of our times to promote transformational change. This requires governments and businesses to contribute their share of the commitment. As a leading insurance provider and financial solutions in Indonesia, Allianz has adopted five of the goals that are most relevant to our business operations.



No Poverty

Kami berupaya membantu masyarakat untuk meningkatkan pengetahuan melalui beragam kegiatan di bidang pendidikan seperti Program Edukasi Inovatif untuk Anak (PEDIA) dan Literasi Keuangan. Selain itu, kami juga menyalurkan donasi kepada masyarakat yang terkena dampak pandemi COVID-19.

We strive to encourage community to by sharing knowledge through various education activities including Innovative Education Program for Children (PEDIA) and Financial Literacy. In addition, we also distributed donations to community who impacted from the COVID-19 pandemic.



Ensure Healthy Lives and Promote Well-Being for All Ages

Tujuan kami adalah melindungi masa depan masyarakat dengan menyediakan perlindungan asuransi dan solusi keuangan. Kami juga berkontribusi pada masyarakat sekitar melalui beberapa program CSR.

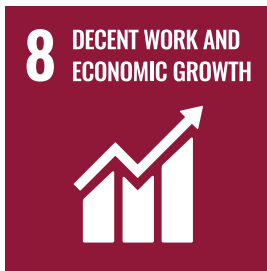
Our purpose is to secure the future of communities by providing insurance protection and financial solutions. We also contribute to our surrounding communities through several CSR programs.



Ensure Inclusive and Equitable Quality Education and Promote Lifelong Learning Opportunities for All

Kami berkomitmen untuk mensosialisasikan literasi keuangan, meningkatkan pendidikan dan kapasitas generasi muda sebagai bagian dari program pendidikan kami.

We are committed to promote financial literacy, improve education and capacities of young generations as part of our educational programs.



Promote Sustained, Inclusive and Sustainable Economic Growth, Full and Productive Employment and Decent Work for All

Kami memberikan kesempatan yang sama tanpa diskriminasi kepada seluruh karyawan dalam meningkatkan kemampuan dan kapabilitasnya melalui beragam program pelatihan dan pengembangan, yang dapat membuat kami untuk tumbuh dan memberikan kinerja yang lebih baik.

We provide same opportunities without any discrimination to all employees in improving their skills and capabilities through training and development programs, which allow us to grow and perform better.



Build Resilient Infrastructure, Promote Inclusive and Sustainable Industrialization and Foster Innovation

Kami terus berinovasi agar setiap produk dan layanan yang ditawarkan sejalan dengan perubahan perilaku dan kebutuhan Nasabah.

We always innovate so that every product and service we offered is in line with changing customer behavior and needs.



Take Urgent Action to Combat Climate Change and Its Impact

Kami mulai mengidentifikasi dan mengelola dampak operasional kami terhadap lingkungan agar dapat menurunkan dampak perubahan iklim.

We start to identify and manage our operational footprints on the environment to further lower the impact of climate change.



Partnership for the goals

Kami bekerja sama dengan berbagai mitra dalam memberikan manfaat yang lebih besar kepada masyarakat melalui serangkaian kegiatan CSR.

We cooperate with various partners in providing greater benefits for the community through CSR activities.

Index Global Reporting Initiatives

Standar GRI GRI Standards	Penyajian di Laporan Keberlanjutan Sustainability Reporting System	
	No.	Judul Disclosure Title
GRI 102 Pengungkapan Umum General Disclosures	PROFIL ORGANISASI/ORGANIZATION PROFILE	
	102-1	Nama Perusahaan <i>The Company's name</i>
	102-2	Aktivitas, merek, produk dan jasa <i>Activities, brands, products and services</i>
	102-3	Lokasi kantor pusat <i>Head offices location</i>
	102-4	Lokasi kegiatan operasional <i>Operational location</i>
	102-5	Bentuk kepemilikan dan legal <i>Ownership and legal form</i>
	102-6	Pasar yang dilayani <i>Market served</i>
	102-7	Skala Perusahaan <i>The Company's scale</i>
	102-8	Informasi terkait karyawan dan pekerja lainnya <i>Rincian jumlah dan jenis pekerja</i>
	102-9	Rantai Pasokan <i>Supply chain</i>
	102-10	Perubahan signifikan terhadap Perusahaan dan rantai pasokan <i>Significant changes to the organization and its supply chain</i>
	102-11	Prinsip-prinsip atau pendekatan-pendekatan yang diterapkan dalam rangka manajemen risiko <i>Precautionary principle or approach</i>
	102-12	Inisiatif-inisiatif eksternal <i>External initiatives</i>
102-13	Keanggotaan dalam asosiasi <i>Associations membership</i>	
	STRATEGI/STRATEGY	
	102-14	Sambutan dari Dewan Direksi <i>Message from Board of Directors</i>
	ETIKA & INTEGRITAS/ ETHICS & INTEGRITY	
	102-16	Nilai-nilai, prinsip-prinsip, standar-standar dan perilaku norma yang dianut oleh Perusahaan <i>Values, principles, standards, and norms of behavior</i>
	TATA KELOLA/ CORPORATE GOVERNANCE	
	102-18	Struktur tata kelola <i>Governance structure</i>
	102-22	Komposisi dewan tata kelola dari tingkat tertinggi dan jajarannya <i>The highest corporate governance composition and its committees</i>
	102-23	Kedudukan dewan tata kelola tertinggi <i>The highest corporate governance board position</i>
	102-24	Proses nominasi dan pemilihan dewan tata kelola tertinggi <i>Nominating and selecting the highest governance body</i>
	102-25	Konflik kepentingan <i>Conflicts of interest</i>

Standar GRI GRI Standards	Penyajian di Laporan Keberlanjutan Sustainability Reporting System	
	No.	Judul Disclosure Title
	PENGIKATAN PEMANGKU KEPENTINGAN/STAKEHOLDER BINDING	
	102-40	Daftar kelompok pemangku kepentingan <i>List of stakeholder groups</i>
	102-41	Perjanjian Kerja Bersama <i>Collective bargaining agreements</i>
	102-42	Identifikasi dan pemilihan pemangku kepentingan <i>Identifying and selecting stakeholders</i>
	102-43	Pendekatan terhadap pengikatan pemangku kepentingan <i>Approach to stakeholder engagement</i>
	102-44	Topik dan isu utama <i>Key topics and concerns raised</i>
	PRAKTEK PELAPORAN/REPORTING PRACTICE	
	102-45	Entitas termasuk laporan keuangan konsolidasi <i>Entities included in the consolidated financial statements</i>
	102-46	Penentuan isi laporan, topik dan batasannya <i>Defining report content and topic boundaries</i>
	102-47	Daftar topik yang material <i>List of material topics</i>
	102-48	Penyajian kembali informasi <i>Restatements of information</i>
	102-49	Perubahan dalam laporan <i>Changes in reporting</i>
	102-50	Periode laporan <i>Reporting period</i>
	102-51	Tanggal laporan terakhir <i>Date of most recent report</i>
	102-52	Siklus pelaporan <i>Reporting cycle</i>
	102-53	Informasi nama kontak terkait pertanyaan atas laporan <i>Contact point for questions regarding the report</i>
	102-54	Informasi bahwa laporan telah sesuai dengan GRI Standards Opsi Core <i>Claims of reporting in accordance with the GRI Standards</i>
	102-55	Daftar indeks GRI Standards Core <i>GRI content index</i>
	102 -56	Assurance eksternal <i>External assurance</i>
GRI 103 Pendekatan Manajemen <i>Management Approach</i>	103-1	Penjelasan topik material dan batasannya <i>Explanation of the material topic and its boundary</i>
	103-2	Pendekatan manajemen dan komponennya <i>The management approach and its components</i>
	103-3	Evaluasi atas pendekatan manajemen <i>Evaluation of the management approach</i>

Index Global Reporting Initiatives

Standar GRI <i>GRI Standards</i>	Penyajian di Laporan Keberlanjutan <i>Sustainability Reporting System</i>	
	No.	Judul <i>Disclosure Title</i>
GRI 201 Kinerja Ekonomi <i>Economic Performance</i>	201-1	Nilai ekonomi langsung yang dihasilkan dan didistribusikan <i>Direct economic value generated and distributed</i>
GRI 301 Bahan <i>Materials</i>	301-1	Bahan yang digunakan berdasarkan berat atau volume <i>Materials used by weight or volume</i>
GRI 302 Energi <i>Energy</i>	302-1	Konsumsi Energi di dalam Perusahaan <i>Energy consumption within the organization</i>
GRI 303 Air <i>Water</i>	303-1	Penggunaan air berdasarkan sumber <i>Water withdrawal by source</i>
GRI 305 Emisi <i>Emissions</i>	305-4	Intensitas emisi GRK <i>GHG emissions intensity</i>
GRI 306 Limbah & Sampah <i>Effluents & Waste</i>	306-2	Sampah berdasarkan jenis dan metode pembuangan <i>Waste by type and disposal method</i>

Standar GRI GRI Standards	Penyajian di Laporan Keberlanjutan Sustainability Reporting System	
	No.	Judul Disclosure Title
GRI 404 Pelatihan & Pendidikan <i>Training & Education</i>	404-1	Rata-rata jam pelatihan per tahun per karyawan <i>Average hours of training per year per employee</i>
GRI 405 Keberagaman & Kesempatan yang Sama <i>Diversity & Equal Opportunity</i>	405-1	Keberagaman badan tata kelola dan karyawan <i>Diversity of governance bodies and employees</i>
GRI 413 Masyarakat Setempat <i>Local Communities</i>	413-1	Operasional dengan pelibatan masyarakat setempat, penilaian dampak, dan program pengembangan <i>Operations with local community engagement, impact assessment, and development programs</i>
	413-2	Kegiatan operasional dengan dampak nyata dan potensi dampak negatif pada masyarakat sekitar <i>Operations with significant actual and potential negative impacts on local communities</i>

Daftar Indeks POJK 51/POJK.03/2017

No.	Nama Indeks <i>Index Name</i>	No. Halaman <i>Page No.</i>
	Strategi Keberlanjutan <i>An Explanation on Sustainability Strategies</i>	162
A.1	Penjelasan Strategi Keberlanjutan	
	Ikhtisar Kinerja Keberlanjutan <i>An Overview of the Sustainability Performance Aspect</i>	160
B.1	Ikhtisar Kinerja Ekonomi <i>Economic Performance</i>	
B.2	Ikhtisar Kinerja Lingkungan Hidup <i>Environment Performance Review</i>	
B.3	Ikhtisar Kinerja Sosial <i>Social Performance Review</i>	
	Profil Perusahaan <i>Company Profile</i>	16
C.1	Visi, Misi, dan Nilai Keberlanjutan <i>Sustainability Vision, Mission and Values</i>	
C.2	Alamat Perusahaan <i>Company Address</i>	
C.3	Skala Perusahaan <i>Company Scale</i>	
204 C.4	Produk, Layanan, dan Kegiatan Usaha Yang Dijalankan <i>Product, Services and Business Activities</i>	
C.5	Keanggotaan Pada Asosiasi <i>Membership in Association</i>	
C.6	Perubahan Organisasi Bersifat Signifikan <i>Significant Organization Changes</i>	
	Penjelasan Direksi <i>Explanation on the Board of Directors</i>	10
D.1	Penjelasan Direksi <i>Explanation on the Board of Directors</i>	
	Tata Kelola Keberlanjutan <i>Sustainability Corporate Governance</i>	126
E.1	Penanggungjawab Penerapan Keuangan berkelanjutan <i>Sustainability Finance Implementation Responsibility</i>	
E.2	Pengembangan Kompetensi Terkait Keuangan berkelanjutan <i>Competencies development for sustainability on members of the Board of Directors</i>	
E.3	Penilaian Risiko Atas Penerapan Keuangan berkelanjutan <i>Risk Assessment for the Implementation of Sustainable Finance</i>	
E.4	Hubungan Dengan Pemangku Kepentingan <i>Relations with Stakeholders</i>	
E.5	Permasalahan Terhadap Penerapan Keuangan berkelanjutan <i>Issued Regarding Implementation of Sustainable Finance</i>	
	Kinerja Keberlanjutan <i>Sustainability Performance</i>	170-172
F.1	Kegiatan Membangun Budaya Keberlanjutan <i>Activities to Build a Sustainability Culture</i>	

No.	Nama Indeks Index Name	No. Halaman Page No.
	Kinerja Ekonomi <i>Economic Performance</i>	181
F.2	Perbandingan Target dan Kinerja Produksi, Portofolio, Target Pembiayaan, atau Investasi, Pendapatan dan Laba Rugi <i>A comparison of production targets and performance, portfolios, financing targets, or investments, revenues and profits/losses</i>	
F.3	Perbandingan Target dan Kinerja Portofolio, Target Pembiayaan, atau Investasi Pada Instrumen Keuangan atau Proyek Yang Sejalan <i>A comparison of production targets and performance, portfolios, financing targets, or investments on Finance Instruments or On Going Projects</i>	
	Kinerja Lingkungan <i>Environment Performance</i>	184
	Umum <i>General</i>	
F.4	Biaya Lingkungan Hidup <i>Environmental Cost Incurred</i>	
	Aspek Material <i>Material Aspect</i>	187
F.5	Penggunaan Material Yang Ramah Lingkungan <i>A description of the use of environmentally friendly materials, for example the use of recycled materials</i>	
	Aspek Energi <i>Energy Aspect</i>	185
F.6	Jumlah dan Intensitas Energi Yang Digunakan <i>The amount and intensity of energy used;</i>	
F.7	Upaya dan Pencapaian Efisiensi Energi dan Penggunaan Energi Terbarukan <i>Efforts and achievements of energy efficiency, including renewable energy sources</i>	
	Aspek Air <i>Water Aspect</i>	188
F.8	Penggunaan Air <i>Water Usage</i>	
	Aspek Keanekaragaman Hayati <i>Biodiversity Aspect</i>	197
F.9	Dampak Dari Wilayah Operasional Yang Dekat atau Berada Di Daerah Konservasi atau Memiliki Keanekaragaman Hayati <i>Impacts of operational areas that are near or in conservation area</i>	
F.10	Usaha Konservasi Keanekaragaman Hayati <i>Efforts to conserve biodiversity</i>	
	Aspek Emisi <i>Emissions Aspect</i>	186
F.11	Jumlah dan Intensitas Emisi Yang Dihasilkan Berdasarkan Jenisnya <i>Amount and Intensity of Emissions Produced by Type</i>	
F.12	Upaya dan Pencapaian Pengurangan Emisi Yang Dilakukan <i>Emission Reduction Efforts and Achievements Made</i>	

Daftar Indeks POJK 51/POJK.03/2017

No.	Nama Indeks <i>Index Name</i>	No. Halaman <i>Page No.</i>
	Aspek Limbah Dan Efluen <i>Waste and Effluents Aspect</i>	189
F.13	Jumlah Limbah dan Efluen Yang Dihasilkan Berdasarkan Jenis <i>Number and intensity of emissions by type</i>	
F.14	Mekanisme Pengelolaan Limbah dan Efluen <i>Waste and effluent management mechanisms</i>	
F.15	Tumpahan Yang Terjadi (Jika Ada) <i>Spill That Happenes (if any)</i>	
	Aspek Pengaduan Terkait Lingkungan Hidup <i>Aspects of Complaints Related to the Environment</i>	184
F.16	Jumlah dan Materi Pengaduan Lingkungan Hidup Yang Diterima Dan Diselesaikan <i>The number and content of environmental complaints that were received and solved</i>	
	Kinerja Sosial <i>Social Performance</i>	170
F.17	Komitmen LJK, Emiten, atau Perusahaan Publik Untuk Memberikan Layanan Atas Produk dan/atau Jasa Yang Setara Kepada Konsumen <i>Commitment of LJK, Issuer, or Public Company to Provide Equal Service for Products and / or Services to Consumers</i>	
206	Aspek Ketenagakerjaan <i>Employment Aspect</i>	182
F.18	Kesetaraan Kesempatan Bekerja <i>Equal Opportunity to Work</i>	
F.19	Tenaga Kerja Anak dan Tenaga Kerja Paksa <i>Child Labor and Forced Labor</i>	
F.20	Upah Minimum Regional <i>Regional Minimum Wages</i>	
F.21	Lingkungan Bekerja Yang Layak Dan Aman <i>Decent and safe working environment</i>	
F.22	Pelatihan dan Pengembangan Kemampuan Pegawai <i>Training and Capacity Building for Employees</i>	
	Aspek Masyarakat <i>Community Aspect</i>	192
F.23	Dampak Operasi Terhadap Masyarakat Sekitar <i>The Impact of Operations on the Surrounding Community</i> Impact of Operations of The Surrounding Community	
F.24	Pengaduan Masyarakat <i>Public Complaints</i>	
F.25	Kegiatan Tanggung Jawab Sosial Lingkungan (TJSL) <i>Environmental Social Responsibility (TJSL) Activities</i>	

No.	Nama Indeks Index Name	No. Halaman Page No.
	Tanggung Jawab Pengembangan Produk/Jasa Berkelanjutan <i>Responsibility for Sustainable Product / Service Development</i>	176-179
F.26	Inovasi dan Pengembangan Produk/Jasa Keuangan berkelanjutan <i>Innovation and Sustainable Financial Product / Service Development</i>	
F.27	Produk/Jasa Yang Sudah Dievaluasi Keamanannya Bagi Nasabah <i>Products / services that have been evaluated for safety for Customers</i>	
F.28	Dampak Produk/Jasa <i>Product / Service Impact</i>	
F.29	Jumlah Produk Yang Ditarik Kembali <i>Number of Products Withdrawn Back</i>	
F.30	Survei Kepuasan Nasabah Terhadap Produk dan/atau Jasa Keuangan Berkelanjutan <i>Customer Satisfaction Survey of Sustainable Financial Products and / or Services</i>	
	Lain-lain <i>Others</i>	200
G.1	Verifikasi Tertulis Dari Pihak Independen, Jika Ada <i>Written Verification From an Independent Party, If Any</i>	
G.2	Surat Pernyataan Anggota Direksi dan Anggota Dewan Komisaris Tentang Tanggung Jawab Atas Laporan Keberlanjutan <i>Statement of Members of the Board of Directors and Members of the Board of Commissioners regarding the Responsibility for Sustainability Reporting</i>	
G.3	Lembar Umpan Balik <i>Feedback Sheet</i>	
G.4	Tanggapan Terhadap Umpan Balik Laporan Tahun Sebelumnya <i>Responses to Previous Year's Report Feedback</i>	
G.5	Daftar Pengungkapan Sesuai POJK 51/2017 <i>List of Disclosures in Accordance with POJK 51/2017</i>	

Lembar Umpan Balik

Feedback Form

Laporan Keberlanjutan 2020 PT Asuransi Allianz Life Indonesia memberikan gambaran kinerja keuangan dan keberlanjutan. Kami mengharapkan kritik dan saran dari pemangku kepentingan terkait Laporan Keberlanjutan ini dengan mengirim formulir ini melalui email atau pos.

The 2020 Sustainability Report of PT Asuransi Allianz Life Indonesia provides an overview of financial and sustainability performance. We are looking forward to receive any critics and suggestions from stakeholders about this Sustainability Report by sending this form by email or mail.

Golongan Pemangku Kepentingan

Stakeholders Group

- Pemegang Saham
Shareholders
- Masyarakat
Community
- Nasabah
Customer
- Rekanan
Partners
- Media Massa
Mass Media
- Pegawai & ORganisasi Pegawai
Employee & Employee Organizations
- Pemerintah, Regulator, Legislatif Nasabah
Government, Regulator, Legislative Customer
- Lain-lain, mohon sebutkan
other, please state

208 Mohon pilih jawaban berikut yang paling sesuai dengan pertanyaan di bawah
Please choose the most appropriate answer that suit with the questions below

- | | Ya
Yes | Tidak
No |
|---|--------------------------|--------------------------|
| 1. Laporan ini bermanfaat bagi Anda.
<i>This report is useful to you.</i> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2. Laporan ini sudah menggambarkan kinerja LJK dalam pembangunan berkelanjutan.
<i>This report describe Company's performance in sustainability development.</i> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Mohon berikan penilaian atas tingkat aspek material yang dinilai penting menurut anda bagi keberlanjutan PT Asuransi Allianz Life Indonesia (nilai 1=paling tidak penting s/d 6=paling penting).

Please give assessment level to material aspects which you deemed as important for the sustainability of PT Asuransi Allianz Life Indonesia (score 1=least important up to 6=most important).

	1	2	3	4	5
Kinerja Ekonomi <i>Economic Performance</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kepegawaian <i>Employment</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kesehatan dan Keselamatan Kerja <i>Occupational Health and Safety</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pendidikan dan Pelatihan <i>Education and Training</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Keanekaragaman dan Kesempatan Setara <i>Diversity and Equal Opportunity</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Privasi Nasabah <i>Customer's Privacy</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lain-lain <i>Others</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Mohon berikan saran/usul/komentar Anda atas laporan ini:

Please provide advice/suggestion/comments on this report statements:

Terima kasih atas partisipasi Anda. Mohon agar lembar umpan balik ini dikirimkan kembali ke alamat:
Thank you for your participation. Kindly send this feedback form to address follows:

PT Asuransi Allianz Life Indonesia

World Trade Center 3*
Jl. Jenderal Sudirman Kav. 29-31
Jakarta Selatan - 12920

P +62 21 2926 8888
F +62 21 2926 9090
e contactus@allianz.co.id

* per March 2021



PT Asuransi Allianz Life Indonesia

World Trade Center 3*

Jl. Jenderal Sudirman Kav. 29-31

Jakarta Selatan - 12920

P +62 21 2926 8888

F +62 21 2926 9090

e contactus@allianz.co.id

www.allianz.co.id

* per March 2021



ALLIANZ Care
1500 136

ALLIANZ Care Sharia
1500 139