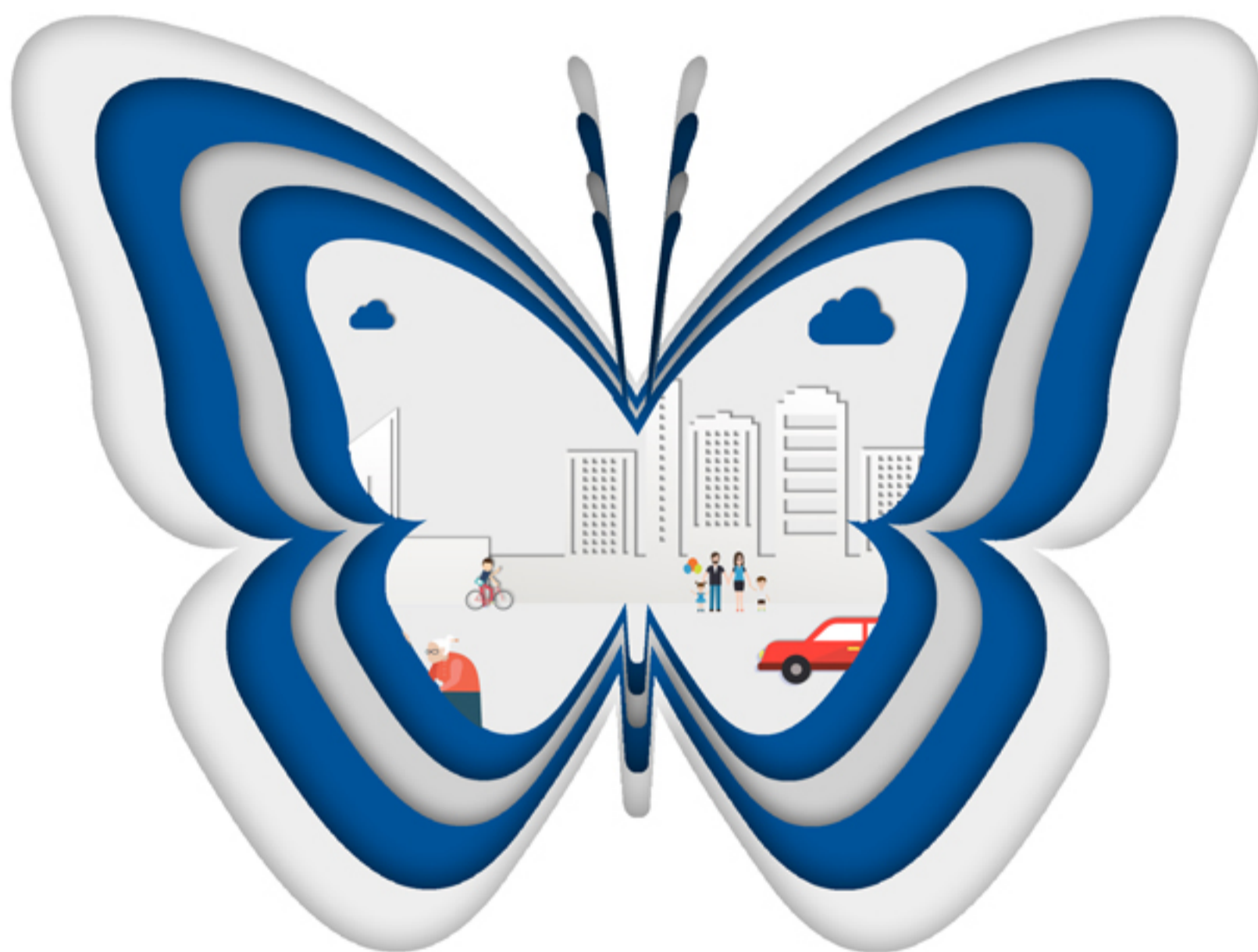


Releasing The Potentials

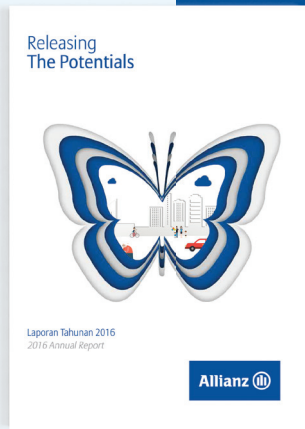


Laporan Tahunan 2016
2016 Annual Report

Allianz 

Perjalanan Tema

Theme's Journey



Hal terpenting dalam hidup ini adalah menjalaninya dan menggapai potensi. Allianz Life Indonesia menawarkan perlindungan sehingga keluarga dan individu dapat mewujudkan rencana masa depan mereka dan berupaya merealisasikannya.

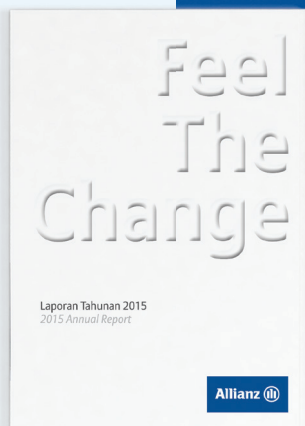
Life is for living and reaching potentials. Allianz Life Indonesia is offering protection so that families and individuals can have the coverage to plan their future and seek to make it into a reality.

Di dalam Perusahaan, kami terus berupaya untuk berinovasi dan meningkatkan keterampilan kami sekaligus menerapkan teknologi dalam semua aspek, yang seluruhnya bertujuan untuk mengeluarkan potensi produk dan layanan kami agar dapat memenuhi kebutuhan nasabah.

Inside the Company, we continue to innovate and build our skills while applying technology in all aspects, all towards releasing the potentials of our products and services to meet our customers' needs.

Mari kita terus melangkah maju dan berani meraih potensi kita.

Let us move forward and dare to reach our potentials.



Saat perjalanan berliku, perencanaan tetap selalu menuju pada kesuksesan. Bagi Allianz Life Indonesia, keberhasilan jangka panjang memerlukan fokus pada penyuguhan produk dan layanan yang memenuhi kebutuhan nasabah. Saat kami berupaya untuk menjawab keinginan nasabah baru, kami tetap berkomitmen untuk mempertahankan kualitas yang sudah dimiliki Allianz Group selama lebih dari 125 tahun.

While the journey takes twists and turns, planning always leads to success. For Allianz Life Indonesia, long-term success means focusing on delivering insurance products and services that meet customers' needs. As we seek to meet new and emerging customer desires, we remain committed to delivering the quality that Allianz Group has delivered for more than 125 years.

Kami berharap fondasi yang dibangun Allianz Life Indonesia tahun ini selain mampu menjaring nasabah-nasabah baru, juga dapat meningkatkan kemampuan Perusahaan dalam menyediakan layanan dan produk yang lebih inovatif di masa yang akan datang. Dengan memfokuskan pada koneksi digital, para nasabah akan memiliki fleksibilitas dan pilihan yang lebih baik. Dengan ini, kita semua akan mulai merasakan perubahannya.

We foresee the foundation Allianz Life Indonesia lays this year will attract new customers and build on the Company's ability to provide more innovative service and products in the future. By focusing on digital connections, customers will have greater flexibility and better options. In all of this, we all are beginning to Feel the Change.

Daftar Isi

Table of Contents



01

World Wide Updates

Allianz Group	6
Allianz Asia Pacific	7
Allianz Inspiring Talks	8

02

Allianz Indonesia

Tentang Allianz Indonesia	13
<i>About Allianz Group</i>	
Jejak Langkah	16
<i>Milestone</i>	
Pelayanan Allianz Indonesia	20
<i>Services in Allianz Indonesia</i>	
Peristiwa Penting 2016	24
<i>2016 Significant Events</i>	
Penghargaan	28
<i>Awards</i>	



03

Allianz Life

Laporan Direksi <i>Report from the Board of Directors</i>	32
Profil Direksi <i>Board of Directors Profile</i>	38
Struktur Organisasi <i>Organizational Structure</i>	40
Pemegang Saham Allianz Life di Indonesia <i>Allianz Life Shareholders in Indonesia</i>	41
Ikhtisar Keuangan <i>Financial Highlights</i>	42
Pembahasan dan Analisis Manajemen <i>Management Discussion & Analysis</i>	44
Produk <i>Products</i>	56

04

Functional Overview

Sumber Daya Manusia: Peluang Masa Depan <i>Human Resource: Opportunities for Tomorrow</i>	66
Manajemen Allianz Life Indonesia <i>Allianz Life Indonesia Management</i>	70

05

Good Corporate Governance

Tata Kelola Perusahaan <i>Good Corporate Governance</i>	74
--	----

06

Corporate Social Responsibility

Allianz Indonesia: Tanggung Jawab Sosial Perusahaan <i>Allianz Indonesia: Corporate Social Responsibility</i>	91
--	----

Kantor Cabang dan Jaringan

Pemasaran Allianz Life Indonesia

Inter-branch and Marketing Network

Allianz Life Indonesia

96



Worldwide Updates



"Berkat kepercayaan dan dukungan dari nasabah kami, staf, tenaga pemasar dan mitra bisnis, Allianz menjadi merek asuransi terkemuka di dunia yang melayani lebih dari 86 juta pelanggan di lebih dari 70 negara di seluruh dunia."

"Thanks to the trust and the support of our customers, staff, sales force and business partners, Allianz has become the world's leading insurance brand, serving more than 86 million customers in over 70 countries around the world."



Allianz Group



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

Allianz adalah salah satu komunitas keuangan terkuat di dunia. Lebih dari 86 juta nasabah individu dan korporasi diasuransikan oleh Allianz dengan mengandalkan pengetahuan, jangkauan global dan kekuatan modal untuk melindungi dan membantu nasabah mencapai tujuan hidup mereka. Allianz berkeyakinan pada kepercayaan yang berdasarkan integritas, ketangguhan dan dedikasi oleh lebih dari 140.000 karyawannya di lebih dari 70 negara.

Di tahun 2016, Allianz berhasil mencatat total pendapatan sebesar 122,4 miliar euro dan laba operasi sebesar 10,8 miliar euro. Allianz Group mengelola portofolio investasi sebesar 653 miliar euro. Sebagai tambahan, manajer aset kami, AllianzGI dan PIMCO mengelola aset dari pihak ketiga sebesar lebih dari 1,3 triliun euro. Nasabah Allianz mendapatkan manfaat dari berbagai layanan asuransi personal dan perusahaan, mulai dari asuransi kesehatan dan properti sampai layanan bantuan asuransi kredit dan asuransi bisnis secara global. Sebagai investor, Allianz aktif dalam berbagai jenis sektor termasuk utang, permodalan, infrastruktur, *real estate* dan energi terbarukan. Nilai strategi jangka panjang Allianz Group adalah untuk memaksimalkan pendapatan berdasarkan penyesuaian risiko.

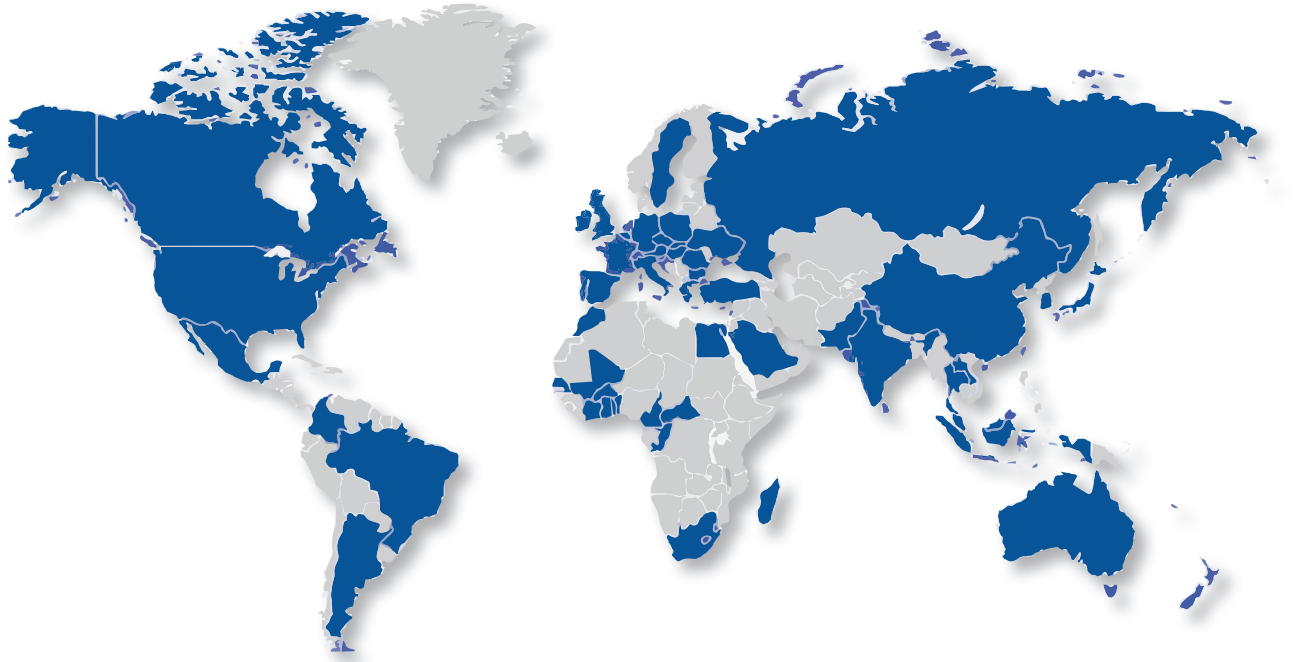
Established in Germany in 1890, the Allianz Group has more than 125 years of experience in the financial services industry. Allianz Group is committed to providing broad-spectrum of financial services that emphasize on customer satisfaction.

Allianz is one of the strongest financial communities worldwide. More than 86 million private and corporate customers insured by Allianz rely on its knowledge, global reach and capital strength to protect them and help them realize their goals in life. Allianz stands for trust based on integrity, resilience and the dedication of more than 140,000 employees in more than 70 countries.

In 2016, Allianz earned a total revenue of 122.4 billion euros and an operating profit of 10.8 billion euros. Allianz Group managed an investment portfolio of 653 billion euros. Additionally our asset managers, AllianzGI and PIMCO managed over 1.3 trillion euros of third-party assets. Allianz customers benefit from a broad range of personal and corporate insurance services, ranging from property and health insurance to assistance services to credit insurance and global business insurance. As an investor, Allianz is active in a variety of sectors including debt, equity, infrastructure, real estate and renewable energy. The Group's long-term value strategies maximize risk-adjusted returns.

Allianz Asia Pasifik

Allianz Asia Pacific



Asia merupakan satu dari tiga kawasan dengan pertumbuhan terbesar. Hal ini ditandai oleh keragaman budaya, bahasa dan tradisi. Allianz telah hadir di Asia sejak 1910, menyediakan asuransi kebakaran dan kargo di kota-kota pesisir di Republik Rakyat Tiongkok. Kini, Allianz beroperasi di 14 lokasi di kawasan Asia Pasifik dengan bisnis utama di bidang asuransi properti dan kerugian, asuransi jiwa dan kesehatan serta manajemen aset.

Dengan dukungan lebih dari 32.000 karyawan, Allianz melayani lebih dari 18 juta nasabah di wilayah ini. Pada 2016, Allianz membukukan laba operasional sebesar 223 juta euro di Asia Pasifik.

Asia is one of our three major growth regions. It is characterized by a rich diversity of cultures, languages and customs. Allianz has been present in the region since 1910, providing fire and marine insurance in the coastal cities of China. Today, Allianz is active in 14 markets in the region, offering its core businesses of property and casualty insurance, life and health insurance and asset management.

With the support of more than 32,000 employees, Allianz serves the needs of over 18 million customers in the region. In 2016, Allianz recorded operating profit of 223 million euros in Asia Pacific.

Allianz Inspiring Talks



Besarnya antusiasme dan tanggapan positif yang diberikan saat diselenggarakannya Alliant Inspiring Talks pertama kali pada tahun 2015, membuat Alliant Indonesia kembali mengadakan Alliant Inspiring Talks pada 26 Oktober 2016 di Jakarta yang mengusung tema “#DareToEmpower”.

Seperti pada tahun sebelumnya, pembicara yang hadir merupakan tokoh inspiratif yang berbagi pengalamannya dalam memberdayakan diri sendiri maupun masyarakat, dengan dukungan teknologi dan pengetahuan yang dimiliki. Acara ini dihadiri oleh 150 peserta yang terdiri dari asosiasi asuransi, mitra bisnis dan karyawan Alliant.

Terdapat empat pembicara yang hadir dalam Alliant Inspiring Talks 2016 yang penuh semangat berbagi kisah inspiratif mereka kepada seluruh hadirin. Berikut adalah profil singkat mereka:

The enthusiasm and positive response received from the first Alliant Inspiring Talks in 2015 encourages Alliant Indonesia to hold once again Alliant Inspiring Talks on October 26, 2016 in Jakarta with “#DareToEmpower” as the theme.

The speakers, like one in 2015, were highly inspirational and shared experiences in empowering, both themselves and the public, in particular with the support of technology and knowledge. There are around 150 attendants, consisting of representatives of insurance association, business partners, and Alliant employees.

There were four speakers present in Alliant Inspiring Talks 2016 with high spirit sharing the inspirational stories to the audience. Here are their brief profiles:



Razi Thalib

Seorang lulusan ilmu komputer yang sadar modernisasi di Indonesia telah membawa permasalahan tersendiri dalam hubungan percintaan. Ia memiliki impian untuk dapat membantu masyarakat Indonesia untuk mendapatkan *healthy relationship* dengan mendirikan biro jodoh *online* yang bernama *setipe.com*.

As a computer science graduate, he is aware of the fact that modernization in Indonesia has created issues in the romantic relationships and has his own dream to be able to help Indonesians to have a healthy relationship by founding online matchmaking service named Setipe.com.



Crist Ardyan Mahendra

Berbekal talentanya sebagai seorang pianis, Crist mampu melangkah jauh di ajang uji kemampuan 'International Awards for Young People' dari The Duke Edinburgh's International Award. Ia dianggap berhasil dalam memanfaatkan bakat bermusiknya untuk memberikan dampak positif kepada masyarakat di sekitarnya.

With his talent as a pianist, Crist is able to step further in the event of skill assessment of "International Awards for Young People" from The Duke Edinburgh's International Award. He was considered successful in making use of his musical talents to provide positive impacts to people around him.



M. Alfatih Timur

Seorang otodidak dalam bidang kewirausahaan sosial (*social entrepreneurship*) memiliki visi untuk memberdayakan masyarakat agar dapat membantu sesama dengan semangat gotong royong secara *online* dengan mendirikan *platform* penggalangan dana yang bernama *kitabisa.com*.

An autodidact in social entrepreneurship, he has a vision to empower people in order to assist others with the spirit of solidarity via online by launching a crowd funding platform named kitabisa.com.



Yuli Supriati

Sebagai Perempuan Inspiratif Nova 2015, ia mendedikasikan dirinya untuk memberdayakan pengetahuan masyarakat mengenai akses untuk memperoleh pelayanan kesehatan. Yuli bahkan kini dikenal sebagai UGD 24 Jam bagi masyarakat kecil.

As Nova Inspirational Women 2015, she dedicated herself to empowering the people's knowledge on access to obtaining healthcare. Yuli is even now known as 24-hour Intensive Care for underprivileged people.

Kisah mereka berhasil memberikan inspirasi tentang bagaimana komitmen yang didukung dengan kerja keras akan berbuah manis, bukan hanya bagi diri sendiri, namun juga untuk orang lain di sekitar kita. "Pengalaman saya saat kecil ketika bermain rugby, mengajarkan bahwa kita tidak boleh menyerah terhadap tantangan apapun agar bisa menjadi juara," ucap Peter van Zyl, CEO Allianz Utama Indonesia yang memberikan sambutan pembuka.

Allianz Indonesia berharap acara ini dapat memberikan inspirasi bagi karyawan, para mitra dan masyarakat umum untuk berani menghadapi tantangan sehingga bisa memberikan manfaat dan memberdayakan orang lain.

Their stories inspired us on how commitment, supported with hard work, shall yield the best results, not only for ourself, but also for other people around us. "My childhood experience as a rugby player taught me that we cannot surrender when dealing with challenges in life to be a champion," said Peter van Zyl, Allianz Utama Indonesia CEO, who gave a welcome speech.

Allianz Indonesia hoped that the event inspired all of its employees, business partners, and public to be bold in coping with challenges so as to be able to bring more benefits and empower others.

Allianz Indonesia

Allianz Indonesia menawarkan beragam solusi asuransi lengkap untuk masyarakat Indonesia dan kini menjadi salah satu pemain terkuat di industri asuransi Indonesia.

Allianz Indonesia offers complete insurance solutions for the Indonesian people and is currently one of the strongest players in the Indonesian insurance industry.

- 15 Tentang Allianz Indonesia
About Allianz Indonesia
- 18 Jejak Langkah
Milestones
- 22 Pelayanan Allianz Indonesia
Services in Allianz Indonesia
- 26 Persitiwa Penting 2016
2016 Significant Events
- 30 Penghargaan
Awards





Allianz



Allianz Allianz Allianz Allianz





Tentang Allianz Indonesia

*About Allianz
Indonesia*

Visi

Vision

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

Allianz Indonesia is the first choice, trusted brand that delivers promises with memorable experiences.

Misi

Mission

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

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

Tujuan

Goal

Perusahaan asuransi yang terpercaya dan diakui di Indonesia.

The most trusted and admired insurance Company in Indonesia.



Allianz Indonesia terdiri dari dua perusahaan asuransi: PT Asuransi Allianz Utama Indonesia, yang menawarkan beragam solusi dalam bidang asuransi umum; dan PT Asuransi Allianz Life Indonesia, yang menawarkan solusi asuransi jiwa, asuransi kesehatan dan dana pensiun.

Allianz memasuki Indonesia dengan membuka sebuah kantor perwakilan di Jakarta pada tahun 1981. Melihat adanya potensi tinggi dalam bisnis asuransi di Indonesia, tahun 1989 Allianz mendirikan PT Asuransi Allianz Utama Indonesia dalam bisnis asuransi umum. Selanjutnya pada tahun 1996, Allianz memasuki sektor bisnis asuransi jiwa dan kesehatan dengan mendirikan PT Asuransi Allianz Life Indonesia. Di tahun 2006, sebuah unit bisnis syariah didirikan untuk menyuguhkan produk-produk syariah bagi para nasabah Indonesia. Di samping itu, Allianz juga meluncurkan lini bisnis asuransi mikro yang mampu menjangkau segmen pasar yang berkembang di Indonesia.

Allianz Indonesia kini melayani para nasabahnya di 53 kota, dengan lima pusat layanan yang disebut Allianz Center di Jakarta, Bandung, Surabaya, Medan, dan Denpasar, 19 *Customer Service Points* dan dukungan untuk lebih dari 80 Kantor Pemasaran Mandiri Allianz Life Indonesia dan 27 kantor pemasaran Allianz Utama Indonesia.

Allianz Indonesia juga didukung oleh lebih dari 1.400 karyawan dan saluran distribusi yang terdiri dari jajaran agensi, mitra perbankan dan kanal distribusi lainnya. Allianz Indonesia menawarkan beragam solusi asuransi lengkap untuk masyarakat Indonesia dan kini menjadi salah satu pemain terkuat di industri asuransi Indonesia.

Allianz Indonesia consists of two insurance companies: PT Asuransi Allianz Utama Indonesia, offering solutions within the area of general insurance; and PT Asuransi Allianz Life Indonesia, offering life insurance, health insurance and pension funds solutions.

Allianz entered Indonesia by opening a representative office in Jakarta in 1981. Seeing the high potential for the insurance business in Indonesia, in 1989 Allianz established PT Asuransi Allianz Utama Indonesia in the general insurance business. Subsequently in 1996, Allianz entered the business of life insurance and health by establishing PT Asuransi Allianz Life Indonesia. In 2006, a sharia business unit was established to offer sharia products for Indonesian customers. In addition, Allianz also launched a microinsurance business to reach the emerging market segment in Indonesia.

Allianz Indonesia now serves clients in 53 cities, with five service centers called Allianz Centers in Jakarta, Bandung, Surabaya, Medan, and Denpasar, 19 Customer Service Points and the support of more than 80 Allianz Life Indonesia Independent Sales Offices and 27 Allianz Utama Indonesia Marketing Offices.

Allianz Indonesia is also supported by a workforce of more than 1,400 employees and distribution channels consisting of agency force, bank partners and other distribution channels. Allianz Indonesia offers complete insurance solutions for the Indonesian people and is currently one of the strongest players in the Indonesian insurance industry.

Nilai-nilai Perusahaan

Corporate Values



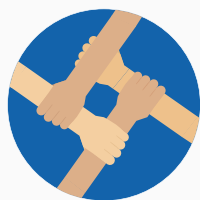
Terpercaya

Trust



Pelayanan yang Prima
bagi Nasabah &
Unggul di Pasar

*Customer & Market
Excellence*



Kepemimpinan yang
Kolaboratif

*Collaborative
Leadership*



Kewirausahaan

Entrepreneurship

Jejak Langkah

Milestone

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

1981

PT Asuransi Allianz Utama Indonesia mulai beroperasi sebagai entitas yang beroperasi penuh, bergerak di bidang usaha asuransi umum.
PT Asuransi Allianz Utama Indonesia commenced as a fully operational entity, focusing on general insurance.

1989

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

1996

2010

- Yayasan Allianz Peduli didirikan pada tanggal 26 Januari 2010.
- Jumlah aset yang dikelola mencapai Rp 10 triliun dan PPB melampaui Rp5 triliun.
- *Yayasan Allianz Peduli was established on 26 January 2010.*
- *Assets Under Management (AUM) hit Rp10 trillion and GWP topped IDR5 trillion.*

2012

Allianz Indonesia (Allianz Utama Indonesia dan Allianz Life Indonesia) membukukan PPB gabungan sebesar Rp8,8 triliun.
Allianz Indonesia (Allianz Utama Indonesia and Allianz Life Indonesia) booked combined GWP of Rp8.8 trillion.

2013

- Melindungi lebih dari 3 juta Tertanggung di Indonesia.
- PPB gabungan mencapai Rp9,07 triliun.
- Lebih dari 2,7 juta nasabah dilindungi oleh asuransi mikro Allianz Indonesia.
- *Protect more than 3 million insured in Indonesia.*
- *Combined GWP reached Rp9.07 trillion.*
- *More than 2.7 million customers covered by microinsurance of Allianz Indonesia.*

2011

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





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

2004

- Allianz Life Indonesia masuk dalam 10 Perusahaan asuransi teratas dengan Pendapatan Premi Bruto (PPB) di atas Rp1 triliun.
- Cabang syariah pertama dibuka.
- Asuransi mikro Allianz diluncurkan sebagai asuransi mikro pertama di Indonesia.
- *Allianz Life Indonesia made the Top 10 Players with Gross Written Premium (GWP) above Rp1 trillion.*
- *The first sharia branch office was opened.*
- *Allianz microinsurance was launched as the first microinsurance in Indonesia.*



Allianz Center diluncurkan secara serentak di 5 kota yaitu Medan, Bandung, Surabaya, Denpasar dan Jakarta.

Allianz Centers launched simultaneously in 5 cities - Medan, Bandung, Surabaya, Denpasar and Jakarta.

2006

2007

2014

- Allianz Life Indonesia menempati peringkat kedua pada industri asuransi jiwa dengan PPB mencapai Rp9,7 triliun.
- Allianz Life Indonesia memperoleh peringkat pertama dalam pasar *Employee Benefit*.
- Allianz Life Indonesia meluncurkan aplikasi Allianz eAZy Claim, aplikasi mobile klaim kesehatan pertama di industri asuransi.
- *Allianz Life Indonesia ranked second in the life insurance industry with GWP reached IDR9.7 trillion.*
- *Allianz Life Indonesia ranked first in the Employee Benefit market.*
- *Allianz Life Indonesia launched Allianz eAZy Claim application, first mobile health application claims in the industry.*

2015

- PPB gabungan mencapai Rp9,8 triliun.
- Allianz Life Indonesia meluncurkan TASBIH, produk Tabungan Asuransi Biaya Haji pertama di industri.
- Allianz Life Indonesia meluncurkan *Service Guarantee* sebagai wujud komitmen layanan terhadap nasabah.
- Allianz Utama Indonesia memperkuat lini usaha dengan menjalin kemitraan bersama perusahaan *travel online* dan maskapai penerbangan, seperti Tiket.com dan Garuda Indonesia.
- *Reached a combined GWP of Rp9.8 trillion.*
- *Allianz Life Indonesia launched TASBIH, the first Insurance Saving for Hajj Cost in the industry.*
- *Allianz Life Indonesia launched Service Guarantee, a commitment to customer service.*
- *Allianz Utama Indonesia strengthens its lines of business by partnering with online travel companies and airlines, such as Tiket.com and Garuda Indonesia.*

2016

- PPB gabungan mencapai Rp10,19 triliun.
- Allianz Life Indonesia meluncurkan eAZy Med, layanan untuk memesan obat secara digital dan langsung terkirim.
- Allianz Life Indonesia Meluncurkan eAZy Payment, layanan pembayaran premi asuransi jiwa *online* yang mudah dan aman.
- Allianz Utama Indonesia memperkuat lini usaha dengan menjalin kemitraan dengan berbagai perusahaan, seperti Panorama Tours dan BMW.
- *Reached a combined GWP of Rp10,19 trillion.*
- *Allianz Life Indonesia launched eAZy Med, medicine procurement delivery through digital.*
- *Allianz Life Indonesia launched eAZy Payment, online insurance premium payment that is easy and secure.*
- *Allianz Utama Indonesia strengthens its line of business by partnering with various companies such as Panorama Tours dan BMW.*

Kampanye Pemasaran dan Branding

Marketing and Branding Campaigns



Dare to | *Dare to*

Diluncurkan bersamaan di Malaysia, Thailand dan Taiwan pada Desember 2015, kampanye Allianz yang disebut "Dare To" berdasarkan pada penelitian yang menyimpulkan bahwa orang Asia lebih memilih untuk menghindari risiko dan tidak ingin menjadi beban bagi keluarga mereka saat mengambil risiko. Dengan tagline kampanye "Dare To. We're with You", Allianz mengundang orang untuk berani melangkah keluar dan tidak takut untuk menaklukkan tantangan dalam hidup. Karena risiko dalam kehidupan tidak bisa dihindari, cakupan asuransi yang baik akan membantu membuat orang untuk lebih berani menikmati hidup.

Launched simultaneously in Malaysia, Thailand and Taiwan in December 2015, the Allianz campaign titled "Dare To" was based on research that found that Asians prefer to avoid risk and do not want to be a burden for their families when taking risks. With the campaign tagline "Dare To. We're with you", Allianz invites people to dare to step out and not be afraid to conquer the challenges in life. Because risk in life is inevitable, good insurance coverage will help make people dare to enjoy life more.



Allianz Junior Football Camp | *Allianz Junior Football Camp*

Allianz Junior Football Camp merupakan sebuah program tahunan yang dilaksanakan Allianz Group bagi remaja usia 14 – 16 tahun yang berminat dan berbakat dalam sepakbola. Tahun 2016 menjadi tahun kelima Allianz Indonesia ikut serta dalam acara tahunan ini. Lebih dari 2.200 peserta bergabung dalam proses pemilihan di Jakarta dan Surabaya. Setelah proses pemilihan oleh dewan juri, 10 pemenang terpilih untuk bergabung dalam *Asia Camp* di Bali untuk pelatihan dan pemilihan lebih lanjut. Akhirnya, 2 remaja berbakat terpilih sebagai pemenang dari Indonesia dan pergi ke *Munich Camp*.

Para pemenang *Asia Camp* bergabung bersama di Munich dengan 75 peserta lainnya dari 25 negara dan menikmati pengalaman tidak terlupakan dengan sejumlah pemain senior klub sepakbola Bayern Munchen dan berkesempatan untuk menonton pertandingan Liga Jerman (Bundesliga FCB) secara langsung di Allianz Arena, juga menikmati kesemarak dan keindahan kota Munich.

Salah satu hal yang menarik dalam *Allianz Junior Football Camp* tahun ini, yakni ikut sertanya legenda FC Bayern Munchen, Giovane Elber. Ia hadir dan dengan sukacita membagi kiat-kiatnya kepada para pelatih sepakbola dan memberikan bimbingan untuk para pesepakbola muda dan berpotensi.

Allianz Junior Football Camp is an annual program implemented by Allianz Group for those 14 -16 year olds who have interest and talent in football. The year of 2016 was the fifth year of Allianz Indonesia participating in this annual event. More than 2,200 participants joined in the selection process held in Jakarta and Surabaya. After a selection process by the juries, 10 winning young people were selected to join the *Asia Camp* in Bali for further training and selection. Finally, 2 talented youths were elected the winners from Indonesia and went to the *Munich Camp*.

The winners of the *Asia Camp* joined together in Munich with 75 other participants from 25 countries and had an unforgettable experience meeting with some of FC Bayern Munich's senior team players and also had the opportunity to watch the Bundesliga FCB matches live at the Allianz Arena, also enjoying the excitement and beauty of Munich.

There was something special in the *Allianz Junior Football Camp* this year, namely the participation of FC Bayern München legend, Giovane Elber. He was present and happy to share tips with the football coaches and coached the young and aspiring footballers.

Pelayanan di Allianz Indonesia

Services in Allianz Indonesia



1. Layanan Kepada Nasabah | Services to Customer

Allianz Center

Allianz Center merupakan perwujudan nyata dari “solusi lengkap satu atap”, yang melayani beragam kebutuhan konsumen dan tenaga pemasaran penjualan. Allianz Centers berada di 5 kota besar di Indonesia, yang meliputi Jakarta, Surabaya, Bandung, Medan dan Denpasar. Allianz Center juga menjadi kantor pusat untuk kantor pemasaran mandiri lainnya di kota-kota kecil di seluruh Indonesia.

Allianz Center di Jakarta mampu menyediakan “Layanan Klaim Cepat” pada para nasabah dengan Santunan Rawap Inap (*Hospital Cash Plan*). Dengan layanan tersebut, seorang nasabah dapat menerima persetujuan klaimnya dalam waktu tidak lebih dari 30 menit. Pembayaran tunai ini akan ditransfer ke rekening bank pemegang polis di hari kerja berikutnya.

Allianz Platinum Lounge

Platinum Lounge yang pertama kali dibuka pada November 2012 mengapresiasi jajaran tenaga penjualan dan nasabah pilihan dengan mengakomodasi kebutuhan akan layanan yang cepat, menyeluruh dan sangat mudah. Sebuah perpaduan gaya hidup yang sempurna.

Allianz Care

Allianz Care merupakan pusat layanan Allianz yang berfungsi sebagai titik kontak utama bagi para nasabah. Dengan pengetahuan dan akses menuju informasi yang komprehensif, para personel yang terlatih

Allianz Center

Allianz Center is the epitome of a “One-stop solution”, serving a wide range of customer and sales force needs. Allianz Centers are located in 5 major cities in Indonesia including Jakarta, Surabaya, Bandung, Medan and Denpasar. Allianz Center also serves as a hub office for other independent sales offices in secondary cities across Indonesia.

The Allianz Center in Jakarta is able to give “Fast Claim Service” to customers with a Hospital Cash Plan benefit. With this service, a customer can receive the claim approval in no longer than 30 minutes. The cash payment will be transferred into the policyholder’s bank account the next working day.

Allianz Platinum Lounge

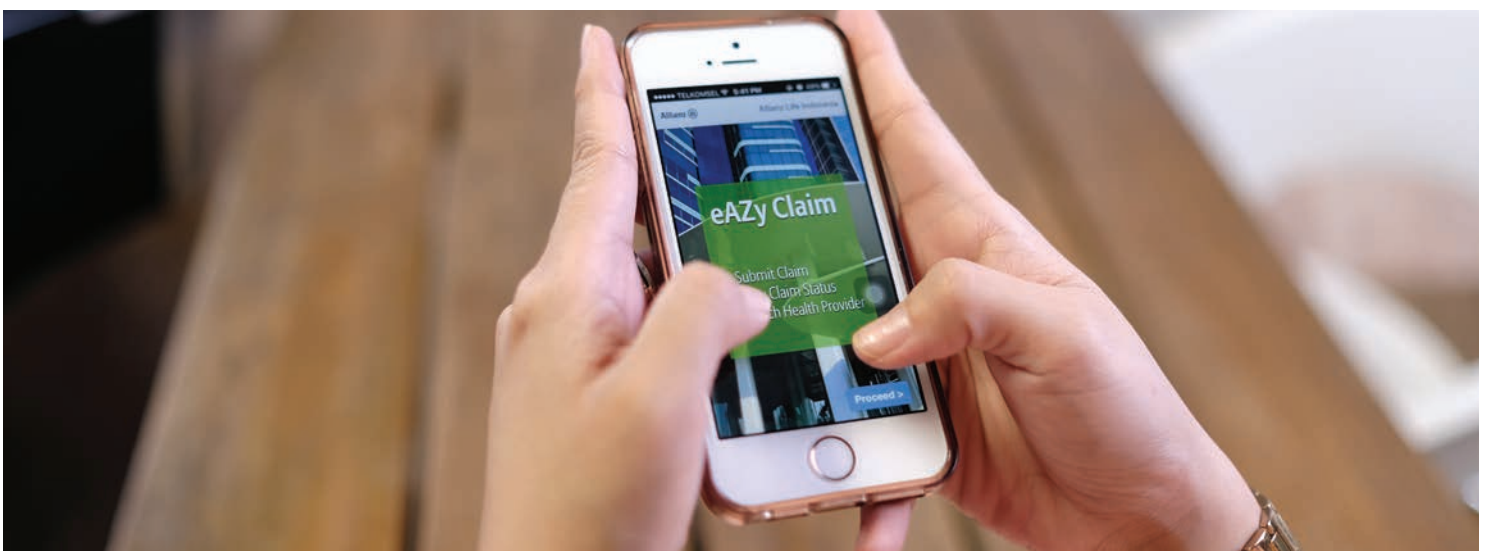
The Platinum Lounge, first opened in November 2012, rewards Allianz’s more affluent customers and sales forces by accommodating the need for fast, holistic and extra-convenient service. A perfect lifestyle match.

Allianz Care

Allianz Care is the name of the Allianz call center that serves as the main contact point for customers. With comprehensive knowledge and access to information, trained personnel provide assistance on

memberikan bantuan mengenai polis asuransi, manfaat-manfaat asuransi, dan pertanyaan-pertanyaan lainnya mengenai polis mereka. Untuk para nasabah asuransi kesehatan, Allianz Care siap melayani selama 24 jam untuk menyediakan bantuan. Di tahun 2016, Allianz Care memiliki nomor baru dan lebih mudah diingat, yakni 1500-136 untuk asuransi konvensional dan 1500-139 untuk asuransi syariah khusus yang disebut Allianz Care Sharia.

insurance policies, insurance benefits, and any other inquiries regarding their policies. For health insurance customers, Allianz Care is available 24 hours to provide assistance. In 2016, Allianz Care has a new and easier number, 1500-136 for conventional insurance, and 1500-139 for dedicated sharia insurance called Allianz Care Sharia.



eAZy Claim Application

Para nasabah asuransi kesehatan dapat dengan mudah mengajukan klaim dengan menggunakan aplikasi mobile eAZy Claim dari ponsel cerdas bersistem operasi iOS dan Android. "Kapanpun dan di manapun" merupakan masa depan teknologi dan di tahun 2015 aplikasi ini menjadi aplikasi mobile pertama untuk sistem klaim kesehatan yang diluncurkan di Indonesia.

eAZy Claim Application

Health insurance customers can easily file their claim using the eAZy Claim mobile app from their iOS and Android smartphones. "Whenever and wherever" is the future of technology and in 2015 this application was the first mobile app health claim system introduced in Indonesia.

Mobil Derek dan Bantuan Darurat di Jalan

Untuk para nasabah asuransi kendaraan bermotor, Allianz menawarkan layanan bernilai tambah yang berupa *Towing Car* dan *Emergency Road Assistance*. Layanan gratis ini memberikan kenyamanan bagi nasabah, yang memastikan bahwa mereka tiba di rumah dengan aman setelah mengalami kondisi darurat selama perjalanan. Layanan ini didukung oleh tim khusus dan saat ini tersedia di Jakarta, Depok, Tangerang, Bekasi, Bandung, Surabaya, Semarang and Bali.

Towing Car and Emergency Road Assistance

For motor insurance customers, Allianz offers the value added service of Automobile Towing and Emergency Road Assistance. This free of charge service gives peace of mind to customers, that they will arrive home safe and sound following an emergency on the road. This service is supported by dedicated teams and is currently available in: Jakarta, Depok, Tangerang, Bekasi, Bandung, Surabaya, Semarang and Bali.

Customer Online Portal

Customer Online Portal diperuntukkan bagi nasabah yang lebih suka mengumpulkan informasi polis mereka secara mandiri. Dengan menggunakan portal ini, nasabah dapat memantau status polis, riwayat transaksi, harga unit (produk-produk unit link), status klaim, dan banyak fitur lainnya. Portal ini sekarang bisa diakses oleh para pemegang polis asuransi jiwa, kesehatan, motor dan perjalanan.

Customer Online Portal

Customer Online Portal is for customers who prefer to gather their policy information in a "self-service" manner. Using this portal, customers can monitor policy status, historical transactions, unit price (unit link products), claim status, and many other features. The portal is currently accessible for life, health, motor and travel insurance policy holders.

2. Layanan Kepada Tenaga Pemasaran | *Services for Sales Forces*

Bancassurance Portal

Para Spesialis Asuransi kami di mitra-mitra perbankan kami dapat mengakses portal *bancassurance* untuk memudahkan proses. Melalui portal ini, para spesialis *bancassurance* dapat mengelola penjualan, melacak status polis dan mengelola seluruh portofolio mereka.

ASIS for iPad

Mobilitas menjadi persyaratan para agen Allianz Star Network (ASN) dalam menghasilkan momentum dan menyusun proposal. Aplikasi ini membantu memberikan gambaran manfaat-manfaat asuransi pada para konsumen dengan cara yang mudah dan nyaman. Allianz Indonesia menyediakan aplikasi Allianz Sales Illustration System (ASIS) untuk perangkat iPad.

ASN Tool Box

ASN Tool Box merupakan alat penjualan digital bagi agensi untuk memberikan mobilitas maksimal saat menjajaki dan bertemu dengan para klien potensial, prosesnya dibuat lebih mudah dan cepat dengan menunjukkan pada nasabah ilustrasi dan proposal serta diikuti dengan pengisian Formulir Aplikasi Asuransi Jiwa. ASN Tool Box lebih memudahkan pemantauan status proses dengan cara yang akurat dan mudah. ASN Tool Box tersedia untuk iPad dengan aplikasi yang dapat digunakan baik secara daring (*online*) dan luring (*offline*).

Bancassurance Portal

Our Insurance Specialists at our banking partners can access the bancassurance portal to make the process smooth and easy. Through this portal, the bancassurance specialists can manage their sales, track policy status and manage the overall portfolio.

ASIS for iPad

Mobility is a requirement of Allianz Star Network (ASN) agents in generating momentum and creating proposals. This app helps illustrate the life insurance benefits to customers in an easy and convenient way. Allianz Indonesia provides the Allianz Sales Illustration System (ASIS) application for the iPad.

ASN Tool Box

ASN Tool Box is a digital sales tool for the agency force to provide maximum mobility when prospecting, and meeting clients. Making the process sure and smooth by showing customers the illustration and proposal is followed by completing the Life Insurance Application Form (SPA). Monitoring process status both accurately and conveniently has never been easier with the ASN Tool Box, available on the iPad with the application usable both online and offline.

3. Layanan Informasi untuk Publik | *Information Services for the Public*

Situs Allianz Indonesia

Informasi lengkap mengenai Allianz Indonesia tersedia bagi para klien dan masyarakat umum di situs Allianz: www.allianz.co.id. Produk, layanan, jaringan dan program lainnya sekaligus serangkaian informasi untuk seluruh pemangku kepentingan dapat diakses baik untuk Allianz Life Indonesia maupun Allianz Utama Indonesia. Para konsumen potensial Allianz Utama Indonesia kini dapat menghitung premi untuk asuransi kendaraan dan juga menemukan agen atau kantor cabang terdekat melalui fungsi penemu lokasi (*locator*).

Jurnal Allianz

Allianz meluncurkan *microsite* mengenai literasi asuransi untuk mengedukasi masyarakat umum tentang konsep-konsep dasar asuransi. Allianz menyadari bahwa asuransi menjadi sesuatu yang rumit sehingga pesan yang disampaikan harus sederhana. Dengan memakai video, infografis dan artikel yang kreatif, menarik dan jelas, Jurnal Allianz pada tahun 2015 mulai menyuguhkan konten yang menarik dengan kelebihanannya yang interaktif. Jurnal Allianz dapat diakses melalui tautan <http://jurnal.allianz.co.id>.

Allianz Indonesia Website

Complete information about Allianz Indonesia is available to clients and the general public through the Allianz Indonesia website: www.allianz.co.id. Products, services, networks and other programs, as well as a wide range of information for all stakeholders is accessible for both Allianz Life Indonesia and Allianz Utama Indonesia. Potential customers of Allianz Utama Indonesia can now able to calculate the premium for their vehicle insurance and also find the nearest agent or branch through the locator function.

Jurnal Allianz

Allianz launched an insurance literacy microsite to educate the general public about basic insurance concepts. Allianz realizes that insurance can be complex so the message needs to be simple. With videos, infographics and clear, attractive and creative articles, Jurnal Allianz began in 2015 to offer engaging content with an interactive approach. Jurnal Allianz can be accessed through <http://jurnal.allianz.co.id>.

Allianz Investment Microsite

Pada bulan Desember 2014, Allianz Indonesia meluncurkan *Microsite Allianz Investment* yang menyediakan informasi perencanaan keuangan. Terdapat berbagai alat yang dapat dipakai pengguna untuk membantu merencanakan kebutuhan keuangan mereka, seperti Kalkulator Asuransi untuk menghitung jumlah asuransi yang dibutuhkan untuk melindungi orang-orang terkasih Anda; Kalkulator Pensiun untuk menghitung kebutuhan di masa pensiun; Kalkulator Pendidikan untuk menghitung biaya pendidikan; dan Kalkulator Investasi untuk menghitung nilai jangka panjang investasi. Terdapat juga informasi mengenai kinerja dana Allianz dan artikel-artikel mengenai perencanaan keuangan.

Microsite Allianz Investment dapat diakses di alamat berikut ini:
<http://investment.allianz.co.id>.

Media Sosial

Allianz Indonesia hadir di media sosial dengan akun di Facebook, Allianz; dan akun Twitter, @AllianzID. Keduanya menyediakan informasi terkini mengenai Perusahaan dan berperan sebagai penghubung media yang menjangkau ke para nasabah yang telah ada dan calon nasabah potensial.

Allianz Investment Microsite

In December 2014, Allianz Indonesia launched Allianz Investment Microsite that provides financial planning information. There are various tools visitor can use to help plan their financial needs, such as Insurance Calculator to calculate the amount of insurance required to protect loved ones; the Retirement Calculator estimates retirement needs; the Education Calculator helps prepare for the cost of education; and the Investment Calculator calculates the long term value of investments. There are also information on Allianz fund performances and articles on financial planning.

The Allianz Investment microsite can be accessed via the following address: <http://investment.allianz.co.id>.

Social Media

Allianz Indonesia has a presence on social media, with an account on Facebook, Allianz; and Twitter account: @AllianzID. Both provide the latest information about the Company, and serve as a media connector that reaches out to current and prospective customers.

Peristiwa Penting 2016

2016 Significant Events

19 Januari *January 19*



CSR Allianz Indonesia meluncurkan program “EMPOWERED”, Economic Empowerment for Entrepreneur with Disability. Program ini memberikan wawasan literasi keuangan dan kewirausahaan bagi para penyandang disabilitas yang memiliki usaha mikro.

Allianz Indonesia CSR launched “EMPOWERED” program, Economic Empowerment for Entrepreneurs with Disabilities. This program provides insight into financial literacy and entrepreneurship for people with disabilities who have micro businesses.

11 Februari *February 11*



Allianz Utama Indonesia bekerja sama dengan BMW Group Indonesia mempersembahkan Asuransi Ban pertama di Indonesia, bagi para pemilik kendaraan BMW yang dibeli dari bulan Januari 2016.

Allianz Utama Indonesia in cooperation with BMW Group Indonesia presents the first Tire Insurance in Indonesia, for owners of BMW vehicles purchased from January 2016.

15 Februari *February 15*



Allianz Utama Indonesia memperkuat kemitraannya bersama Panorama Tours dengan menghadirkan layanan asuransi perjalanan domestik PanoramaSure. Produk ini merupakan perluasan dari produk asuransi perjalanan internasional yang sudah dipasarkan sejak tahun 2014.

Allianz Utama Indonesia strengthens its partnership with Panorama Tours by presenting PanoramaSure’s Domestic Travel Insurance, an extension of the international travel insurance products marketed since 2014.

18 Maret *March 18*



Dalam rangka menyambut Global Money Week tanggal 14-20 Maret 2016, Allianz Indonesia melaksanakan kegiatan-kegiatan edukasi dan literasi keuangan di Museum Bank Mandiri dan mengundang 100 anak kurang beruntung dari Kelas Belajar Oky.

In welcoming Global Money Week 14 - 20 March 2016, Allianz Indonesia conducted educational and financial literacy activities at Bank Mandiri Museum and invited 100 disadvantaged children from Kelas Belajar Oky.

16 April *April 16*



Allianz Indonesia mengadakan turnamen golf untuk para nasabah platinum. Berlokasi di Damai Indah Golf- PIK, turnamen ini merupakan event tahunan yang diadakan sejak 2013.

Allianz Indonesia held a golf tournament for platinum customers. Located at Damai Indah Golf - PIK, this tournament is an annual event held since 2013.

28 April *April 28*



Allianz Life Indonesia dan Allianz Utama Indonesia merilis Laporan Kinerja Keuangan untuk tahun keuangan 2015.

Allianz Life Indonesia and Allianz Utama Indonesia released Financial Performance Reports for the 2015 financial year.

10 Mei May 10



Allianz Life Syariah mengadakan konferensi pers terkait Laporan Kinerja Keuangan Tahun 2015.

Allianz Life Syariah held a press conference for the Financial Performance Report 2015.

18 Mei May 18



Jumlah Konsumen Baru Allianz Life Indonesia terus tumbuh dalam waktu 10 tahun dan kini secara keseluruhan Allianz telah melindungi 4,73 juta jiwa. Prestasi ini didukung oleh 87 mitra bisnis yang terdiri dari BPR, koperasi, dan mitra bank.

Allianz Life Indonesia Emerging Consumer numbers have been growing for 10 years and now totally protect 4.73 million Insured. This achievement is supported by 87 business partners consisting of BPRs, cooperatives, and bank partners.

28 Mei May 28



Legenda sepakbola Brasil Giovane Elber hadir dalam serangkaian kegiatan Kamp Sepakbola Junior Allianz untuk berbagi pengetahuan dengan pelatih dan pemain muda.

Brazilian soccer legend Giovane Elber is present at a series of Allianz Junior Football Camp activities to share knowledge with coaches and young players.

28 Mei May 28



Lebih dari 2.200 peserta hendak bergabung dalam Kamp Sepakbola Junior Allianz 2016 di Jakarta dan Surabaya. Sebanyak 10 pemain muda berhasil lolos ke babak berikutnya dan bergabung dengan para peserta dari lima negara Asia di Kamp Asia, di Bali tanggal 19-22 Juli 2016. Kedua pemenang dari Indonesia kemudian pergi ke Munich, Jerman.

More than 2,200 participants seek to join the Allianz Junior Football Camp 2016 in Jakarta and Surabaya. 10 young players successfully advanced to the next stage and joined participants from five Asian countries in Asia Camp, Bali on 19-22 July 2016. Two winners from Indonesia then went to Munich, Germany.

16 Juni June 16



Allianz Life Indonesia menyediakan program asuransi kesehatan khusus dan lengkap bagi para pengemudi Go-Jek dan keluarga. Program asuransi ini mencakup rawat jalan dan rawat inap dan fasilitas pembayaran tanpa tunai di rumah-rumah sakit mitra Allianz Life Indonesia.

Allianz Life Indonesia provides a complete and specialized health insurance program for Go-Jek riders and their families. This insurance program includes outpatient and inpatient benefits as well as cashless payment facilities at Allianz Life Indonesia partner hospitals.

10 Agustus August 10



Allianz Indonesia menjadi Asuransi Resmi untuk Maybank Bali Marathon 2016, yang menyediakan perlindungan asuransi dan mensponsori lomba lari di kategori kursi roda.

Allianz Indonesia becomes Official Insurance for the Maybank Bali Marathon 2016, providing insurance coverage and sponsoring the race in the wheel chair category.

18 Agustus August 18



Trust Network Finance (TNF) merupakan sebuah program yang dirancang untuk mendukung para *entrepreneur* kecil. Dalam kerja sama dengan Bank Mandiri, program ini menggunakan teknologi digital yang di dalamnya transaksi keuangan dilaksanakan melalui uang elektronik.

Trust Network Finance (TNF) is a program designed to support micro entrepreneurs. In collaboration with Bank Mandiri, the program utilizes digital technology in which all financial transactions are conducted through electronic money.

22 Agustus August 22



Trust Network Finance (TNF), salah satu terobosan Allianz di bidang *entrepreneurship* mikro, membawa pulang penghargaan dari OJK. TNF menjadi pemenang kedua dalam Kompetisi Inklusi Keuangan di kategori Institusi Layanan Keuangan.

Trust Network Finance (TNF), one of Allianz's breakthroughs in the field of micro entrepreneurship, brought home the award from OJK. TNF became the second winner in the Financial Inclusion Competition in the Financial Services Institution category.

23 Agustus August 23



Allianz Indonesia menandai sebuah gerakan untuk memperluas jaringan dan jangkauan dengan meluncurkan kemitraan *bancassurance* Allianz Indonesia – Maybank Indonesia untuk periode 10 tahun. Kerja sama ini mempersembahkan tiga produk: MyProtection Wisely, MyProtection Prima dan My Protection Investa.

Allianz Indonesia marks a move to expand its network and reach by inaugurating the Allianz Indonesia-Maybank Indonesia bancassurance partnership for a 10-year period. This cooperation presents the three products: MyProtection Wisely, MyProtection Prima and My Protection Investa.

05 September September 05 07 September September 07 27 September September 27



Bertepatan dengan ulang tahun ke-20 Allianz Life Indonesia dan Hari Konsumen Nasional, Allianz Life Indonesia memperkenalkan Allianz eAZy Payment, sebuah layanan pembayaran premi asuransi jiwa daring yang aman dan mudah. Kini pembayaran premi dapat dilakukan di mana saja dan kapan saja melalui situs daring atau perangkat bergerak.

Coinciding with the 20th anniversary of Allianz Life Indonesia and National Customer Day, Allianz Life Indonesia introduced Allianz eAZy Payment, an easy and safe online life insurance premium payment service. Now, premium payments can be made anywhere and anytime through the website or mobile device.



Allianz Life Indonesia bekerja sama dengan HaloDoc meluncurkan Allianz eAZy Med untuk memfasilitasi pembelian obat-obatan untuk para nasabah Allianz Life Indonesia. Para nasabah hanya perlu memesan obat-obatan melalui sebuah aplikasi pintar dan obat-obatan akan dikirimkan secara langsung melalui tempat tinggal nasabah.

Allianz Life Indonesia in collaboration with HaloDoc launched Allianz eAZy Med to facilitate the purchase of medicine for Allianz Life Indonesia customers. Customers only need to order medication through an application and medicine will be delivered directly to the customer's residence.



Dalam rangka ikut serta dalam mengatasi masalah sampah, Tanggung Jawab Sosial Allianz Indonesia berkolaborasi dengan komunitas sekitar, yakni di Desa Guntur, Jakarta Selatan, membangun Bank Sampah. Dengan sistem ini, sampah bisa dikelola dengan baik dan juga memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat sekitarnya.

In an effort to participate in addressing waste issues, Allianz Indonesia CSR collaborated with the surrounding community, namely at Guntur Village, South Jakarta, to build a Garbage Bank. With the system, waste can be well-managed and also provide economic value for the surrounding community.

26 Oktober *October 26*

Allianz Indonesia kembali mempersembahkan Allianz Inspiring Talks 2016 dengan tema #DareToEmpower. AIT menampilkan 4 pembicara yang masing-masing berbagi inspirasi mereka untuk mencapai pengaruh positif dalam komunitas.

Allianz Indonesia again presents Allianz Inspiring Talks 2016 with the theme #DareToEmpower. AIT presented 4 speakers who each shared their inspiration for achieving a positive influence in the community.

01 Oktober *October 01*

Memperingati Hari Konsumen Nasional, Allianz Indonesia mengadakan serangkaian kegiatan yang diperuntukkan bagi para nasabah Allianz Indonesia seperti acara Obrolan Kesehatan di 10 kota, pemeriksaan kesehatan, dan distribusi voucher. Di Jakarta, terdapat acara resepsi nasabah istimewa yang diadakan manajemen di Walk-In Center, Allianz Tower.

Commemorating National Customer Day, Allianz Indonesia held a series of activities dedicated to Allianz Indonesia customers such as Health Talk Shows in 10 cities, health checks, and voucher distribution. In Jakarta, there was a special customer reception by management at the Walk-In Center, Allianz Tower.

01 November *November 01*

SEKOCI (Santunan Ekonomis untuk Keluarga Tercinta), produk asuransi mikro diluncurkan oleh Allianz sebagai salah satu alternatif perlindungan asuransi bagi nasabah mikro dengan premi yang relatif murah. Produk SEKOCI dikemas dalam bentuk SIM Card dan menawarkan metode pembayaran yang nyaman melalui Dompetku Indosat.

SEKOCI (Economic Benefits for the Beloved Family), microinsurance products launched by Allianz as alternative insurance coverage for micro customers with relatively low premiums. SEKOCI products are packaged with a SIM Card and offer convenient payment methods through Dompetku Indosat.

06 November *November 06*

CSR Allianz Indonesia melalui Yayasan Allianz Peduli, menjadi salah satu donatur untuk mendukung program Kampung Ramah Anak yang diinisiasi oleh Wahana Visi Indonesia (WVI) dan Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak.

Allianz Indonesia CSR through Yayasan Allianz Peduli is one of the donors to support the Child Friendly Village program initiated by Wahana Visi Indonesia (WVI) and the Ministry of Women Empowerment and Child Protection.

29 November *November 29*

Allianz Indonesia mengajak komunitas lari untuk membantu para penyandang disabilitas dalam program Allianz Virtual Run. Sebanyak 1.400 pelari bergabung dalam program ini dan berhasil menyelesaikan tantangan 50.000 km. Hasil dari pencapaian tersebut didonasikan kepada komunitas penyandang disabilitas yang tergabung dalam program EMPOWERED Allianz.

Allianz in Indonesia invites running communities to help people with disabilities in the Allianz Virtual Run program. A total of 1,400 runners joined the program and successfully completed the 50,000 km challenge. The results of those achievements were donated to the community of people with disabilities who are members of the Allianz EMPOWERED program.

05 Desember *December 05*

Allianz Indonesia menggandeng Sejasa.com dalam memberikan perlindungan asuransi bagi nasabah dan penyedia jasa. Kini, segala transaksi dan pemesanan di Sejasa.com dilengkapi dengan perlindungan asuransi dari Allianz Indonesia yang mencakup kerusakan, pencurian, dan tanggung jawab pihak ketiga

Allianz Utama Indonesia joined with Sejasa.com in providing insurance protection for customers and service providers. All transactions and reservations at Sejasa.com are now covered by Allianz insurance coverage for damage, theft and third party liability.

Penghargaan Awards



Service Quality Award 2016
Life and Health Insurance from Majalah Service Excellence and Carre-CCSL

PT Asuransi Allianz Life Indonesia



Indonesia Insurance Award 2016
The Best Insurance Public Non-Listed Company from Majalah Economic Review

PT Asuransi Allianz Life Indonesia



Indonesia Insurance Award 2016
Top 10 Finance 2016 - The Best Insurance Public Non Listed Company from Majalah Economic Review

PT Asuransi Allianz Life Indonesia



Service Quality Award 2016
Top 10 Good Corporate Governance 2016 - The Best Insurance Public Non-Listed Company from Majalah Economic Review

PT Asuransi Allianz Life Indonesia



Indonesia Insurance Award 2016
Top 10 Corporate Communications 2016 - The Best Insurance Public Non-Listed Company from Majalah Economic Review

PT Asuransi Allianz Life Indonesia



Indonesia Insurance Award 2016
The Best Insurance Public Non-Listed Company from Majalah Economic Review

PT Asuransi Allianz Utama Indonesia



Service Quality Award 2016
Top 10 Human Capital 2016 - The Best Insurance Public Non-Listed Company from Majalah Economic Review

PT Asuransi Allianz Utama Indonesia



Indonesia Insurance Award 2016
Top 10 Corporate Social Responsibility 2016 - The Best Insurance Public Non-Listed Company from Majalah Economic Review

PT Asuransi Allianz Utama Indonesia



Indonesia Insurance Award 2016
Top 10 Finance 2016 - The Best Insurance Public Non-Listed Company from Majalah Economic Review

PT Asuransi Allianz Utama Indonesia



Service Quality Award 2016
Top 10 Good Corporate Governance 2016
- The Best Insurance Public Non-Listed
Company from Majalah Economic Review
PT Asuransi Allianz Utama Indonesia



Islamic Finance Award 2016
The Best Islamic Life Insurance for Sharia
Unit with Assets > 250 Bn from Karim
Consulting
PT Asuransi Allianz Life Indonesia



Islamic Finance Award 2016
The Most Profitable Investment Islamic
General Insurance for Sharia Unit with Assets
< 100 Bn from Karim Consulting
PT Asuransi Allianz Life Indonesia



**Indonesia Insurance Consumer Choice
Award 2016**
Top 10 Good Corporate Governance 2016
- The Best Insurance Public Non-Listed
Company from Majalah Economic Review
PT Asuransi Allianz Life Indonesia



Best Syariah 2016
Best Syariah Insurance 2016 in category of
Sharia Life Insurance with Asset <Rp200
billion from Majalah Investor
PT Asuransi Allianz Life Indonesia



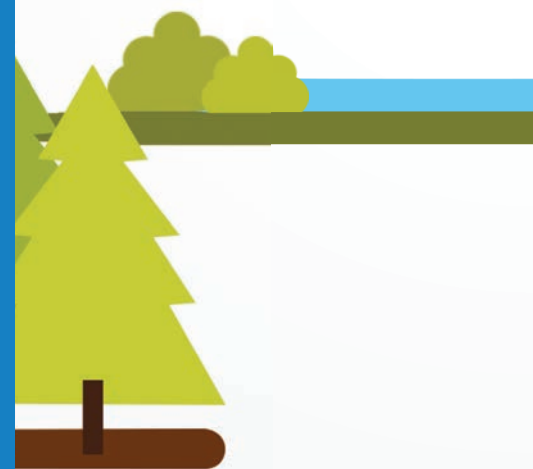
Maipark Award 2016
Top Ten Producer Categories in 2015
PT Asuransi Allianz Utama Indonesia

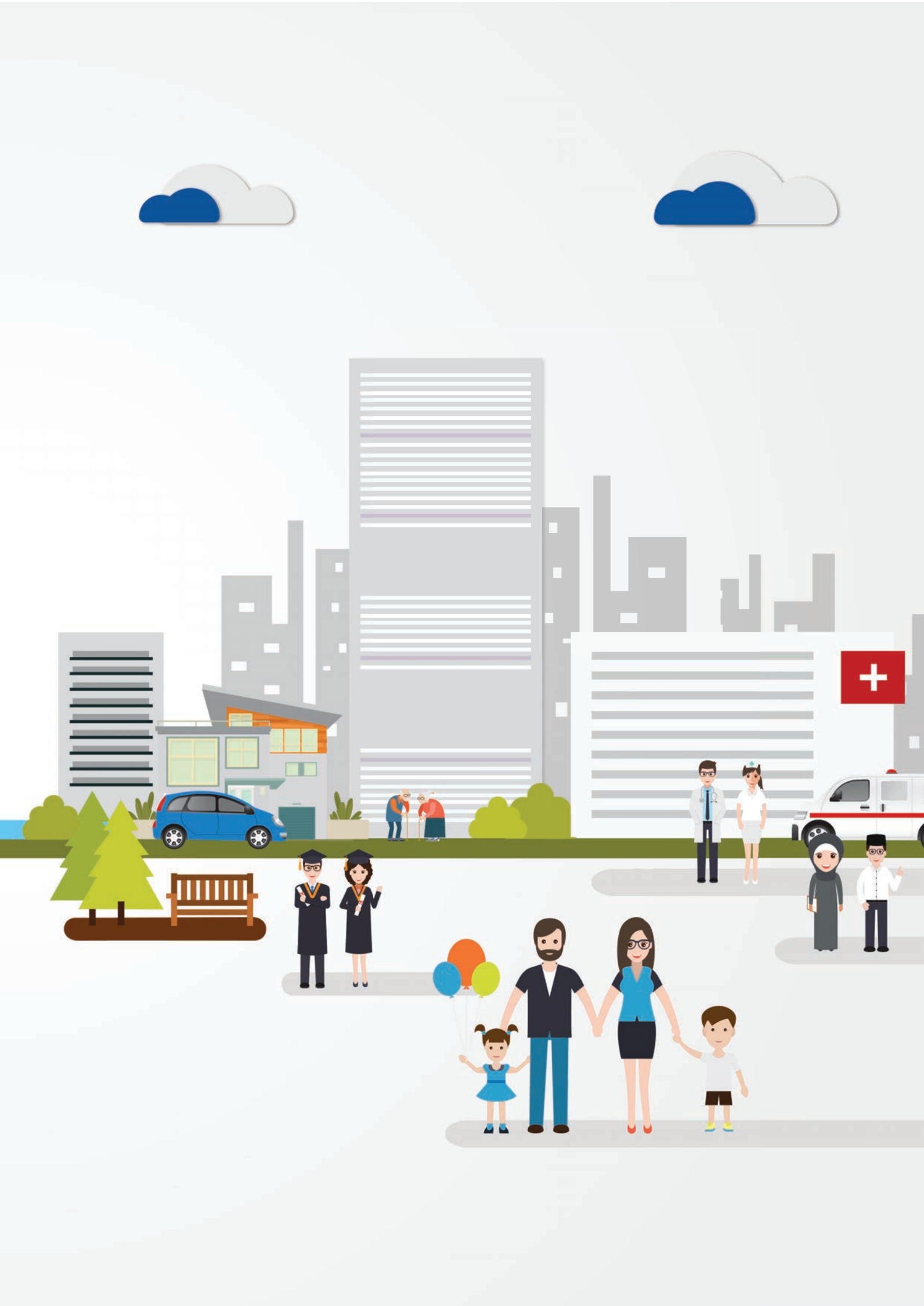
Allianz Life

Allianz Life Indonesia menambah jumlah nasabah hingga mencapai 7 juta jiwa tertanggung, dengan memanfaatkan teknologi digital dan produk yang sesuai dengan pasar Indonesia demi memenuhi kebutuhan nasabah akan manajemen risiko keuangan.

Allianz Life Indonesia expanded customer numbers to nearly 7 million insured, utilizing digital technology and products suited to the Indonesian market to meet the customers' needs for financial risk management.

33	Laporan Direksi <i>Report from the Board of Directors</i>
38	Profil Direksi <i>Board of Directors Profile</i>
40	Struktur Organisasi <i>Organizational Structure</i>
41	Pemegang Saham Allianz Life di Indonesia <i>Allianz Life Shareholders in Indonesia</i>
42	Ikhtisar Keuangan <i>Financial Highlights</i>
44	Pembahasan dan Analisis Manajemen <i>Management Discussion & Analysis</i>
44	Tinjauan Industri <i>Industry Review</i>
45	Tinjauan Keuangan <i>Financial Review</i>
54	Tinjauan Operasional <i>Operational Review</i>
56	Produk <i>Products</i>







“Pada tahun 2016, Allianz menikmati performa baik yang menjadi bukti dari ambisi kami untuk menyediakan solusi terbaik dan memberikan layanan inovatif kepada nasabah.”

“In 2016, Allianz enjoyed a great performance, which is proof of our ambitions to provide the best solution and deliver innovative service to customers.”

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

Laporan Direksi

Report of the Board of Directors



Kepada Pemangku Kepentingan yang Terhormat,
Atas nama Direksi PT Asuransi Allianz Life Indonesia (Allianz Life Indonesia), saya menyambut baik kesempatan untuk membahas hasil yang dicapai Allianz Life Indonesia di tahun 2016. Pada tahun 2016, Allianz menikmati performa baiknya yang mana menjadi bukti ambisi kami untuk menyediakan solusi terbaik dan memberikan layanan inovatif kepada nasabah.

Hasil yang telah kami capai didukung oleh kondisi pasar yang positif sejalan dengan pertumbuhan PDB Indonesia yang mencapai 5% dari 4,8% di tahun sebelumnya. Kondisi pasar global yang penuh turbulensi seiring dengan isu politik di Eropa, Amerika Selatan, dan Amerika Serikat tidak meluas ke kondisi ekonomi Indonesia dikarenakan pemerintah mampu mengelola tingkat inflasi dan perdagangan dengan baik. Dengan pertumbuhan konsumen yang meyakinkan yang mana memiliki efek positif pada pasar saham. Di tahun 2016, kita melihat pertumbuhan 15,3% dari *Stock Market Composite Index* dari akhir tahun sebelumnya menjadi 5.297 yang menguntungkan nasabah kita yang telah memilih perlindungan unit link.

Industri asuransi menghadapi situasi tidak menentu tetapi Allianz Life Indonesia tetap memperoleh hasil yang baik di 2016. Kita tetap berkomitmen untuk tumbuh di atas pasar dengan memberikan nilai yang sesuai untuk produk bagi nasabah kita. Allianz Life Indonesia sepenuhnya percaya bahwa kepuasan nasabah sangat penting dan kami secara konsisten mendapat penilaian tinggi. Berdasarkan survei di 2016, Allianz Life Indonesia mencetak *Net Promoter Score* (NPS) 37,2% di atas rata-rata pasar yaitu 12,0%. Hal ini menjadi pemicu sekaligus respon bahwa kami sudah berada pada jalur yang benar.

*Dear Valued Stakeholders,
On behalf of the Board of Directors of PT Asuransi Allianz Life Indonesia (Allianz Life Indonesia), I welcome the opportunity to discuss the results of Allianz Life Indonesia in 2016. For 2016, Allianz enjoyed a great performance, which is proof of our ambitions to provide the best solution and deliver innovative service to customers.*

The results that we have achieved were supported by the positive market condition which is in line with Indonesia's GDP growth of 5% year on year from 4.8% previous year. The turbulent global markets conditions, created by political concerns in Europe, South America, and the United States of America, did not spillover into Indonesia's economy as the government managed the inflation rate and trade well. Growing consumer confidence and improved consumer spending had a positive effect on the stock market. In 2016 we saw a 15.3% growth of the Stock Market Composite Index from end of last year to 5,297 which should benefit our customers who have chosen unit link protection.

The insurance industry saw a mixed picture but Allianz Life Indonesia did well in 2016. We remain committed to grow above market by providing value for money products for our customers. Allianz Life Indonesia truly believe that customer satisfaction is very important and we have consistently receive high ratings. Based on 2016 survey, Allianz Life Indonesia scores a Net Promoter Score (NPS) of 37.2% which is above market average of 12.0%. This is our driver and also as feedback that we are on the right track.

Strategi pendekatan kami didasarkan pada nasabah dan di sini kami berusaha untuk menyediakan pengalaman positif sepanjang *customer touch points*. Sebagaimana yang telah dulu kami lakukan, kami senantiasa menguatkan *platform digital* kami dengan meluncurkan rangkaian layanan inisiatif berbasis *digital* yang menawarkan akses dan kenyamanan lebih baik untuk nasabah Allianz. Hal ini termasuk perpanjangan jam operasional *call center* agar mempermudah nasabah untuk berkomunikasi dengan petugas *customer service* kami.

Menjadi tujuan kami untuk terus menambah jumlah nasabah dari tahun ke tahun melalui pengenalan cara berinteraksi yang sederhana dengan Allianz. Motto kami adalah: apapun yang kami lakukan, harus bermanfaat bagi nasabah. Sebuah prinsip sederhana dan efektif.

Our strategic approach is based upon customer centricity and here we endeavor to provide positive experience along the line of customer touch points. As we did in the past, we continue to strengthen our digital platform by launching a series of digital-based service initiatives that offer greater access and convenience for Allianz customers. This also included extended call center service hours to make it easier for customers to get in touch with our customer service officers.

It is our aim to consistently grow the numbers of customers year on year through introduction of simplified ways to interact with Allianz. Here our motto is: whatever we do, it must be beneficial for the customer. A simple principle and an effective one.

“Menjadi tujuan kami untuk terus menambah jumlah nasabah dari tahun ke tahun melalui pengenalan cara berinteraksi yang sederhana dengan Allianz. Motto kami adalah: apapun yang kami lakukan, harus bermanfaat bagi nasabah.”

“It is our aim to consistently grow the numbers of customers year on year through introduction of simplified ways to interact with Allianz. Here our motto is: whatever we do, it must be beneficial for the customer.”

KINERJA KEUANGAN DI 2016

Allianz Life Indonesia meningkatkan Pendapatan Premi Bruto (PPB) sebesar 3,1% dari tahun 2015 menjadi Rp9,09 triliun, dengan pertumbuhan Laba Bersih menjadi Rp899,43 miliar, meningkat 11,6% dari tahun 2015. Total Dana Kelolaan Allianz Life juga tumbuh menjadi Rp26,96 triliun, meningkat 6,9% dibandingkan tahun lalu. Sekali lagi, kami telah mampu menguatkan Rasio Solvabilitas kami mencapai 387 persen per 31 Desember 2016.

Dari sisi jalur distribusi, jalur *bancassurance* adalah penyumbang terbesar dari PPB untuk Perusahaan dengan 50,5% diikuti oleh agensi 39,7% dan AHCS 9,8%.

FINANCIAL RESULTS IN 2016

Allianz Life Indonesia increased Gross Written Premium (GWP) by 3.1% from 2015 to Rp9.09 trillion, with Net Income growing to Rp899.43 billion, an 11.6% increase over 2015. Allianz Life's assets under management also grew to Rp26.96 trillion, an increase of 6.9% compared to the previous year. Again, we have been able to strengthen our solvency ratio to reach 387 percent as per 31 December 2016.

In terms of distribution channels, the bancassurance channel is the biggest contributor of GWP to the Company by 50.5%, followed by agency 39.7% and AHCS 9.8%.

MENINGKATKAN PROFIL BRAND

Dengan menggunakan teknologi dan kemampuan *Go-to-Market* yang cepat, kami telah menciptakan kembali ekosistem yang lestari dan berkelanjutan. Beberapa contohnya adalah: eAZy Med, layanan pembelian obat *online*, dan eAZy Payment, portal pembayaran untuk nasabah.

Saat ini, agen kami menikmati peluang untuk menggunakan kemampuan *digital* dan pemrosesan langsung untuk kenyamanan dan kecepatan dalam melakukan penjualan polis. Nasabah sekarang mendapatkan kecepatan, akurasi dan kemudahan yang mereka harapkan melalui konektivitas *digital*. Loyalitas pelanggan didorong oleh kemudahan berbisnis dengan Allianz. Hal ini kami raih dengan menggunakan solusi digital dan melatih rekan-rekan yang menghadap pelanggan.

Dalam portofolio kami, kami juga mendorong penetrasi terhadap basis nasabah yang berkembang. Hal ini akan membantu Allianz dalam meningkatkan *brand* Allianz di berbagai segmen masyarakat dan juga sebagai bagian upaya kami dalam mempromosikan inklusivitas. Pada segmen nasabah ini, Allianz memainkan peran dominan dan menjadi posisi tiga teratas di pasar menjanjikan ini.

KEBANGGAAN PROFESIONAL

Kesuksesan dari upaya di atas adalah sebuah bukti kreativitas kami, memberikan kesempatan untuk karyawan kami dan memberdayakan mereka. Dengan berfokus pada sikap "bekerja untuk menang", kami memiliki individu terbaik dan diperoleh melalui memberdayakan individu di berbagai area di Perusahaan kami.

Allianz percaya bahwa dengan memberdayakan karyawan kami, mereka akan memiliki kesempatan untuk menumbuhkan ide mereka dan mendorong mereka untuk melakukan yang lebih untuk para nasabah. Pada akhirnya ini akan membangun budaya *customer-centric* sesungguhnya yang hidup di setiap insan di Allianz.

TATA KELOLA PERUSAHAAN

Sebagai pelaku industri jasa keuangan dengan nama *brand* bernilai tinggi, harapan untuk memberikan kepatuhan sepanjang rantai pasokan kami adalah sebuah kewajiban. Menerapkan standar tertinggi kepatuhan seharusnya akan lebih membangun kepercayaan terhadap *brand* dan dengan demikian mendorong nasabah baru untuk menggunakan produk dan layanan Allianz.

Tata kelola adalah satu hal yang bukan hanya kami lakukan tetapi itu adalah sebuah kewajiban, namun demikian hal tersebut penting untuk kami agar mampu menjaga kepercayaan *brand* kami untuk para nasabah.

INCREASING THE BRAND PROFILE

Using technology and swift Go-to-Market ability, we have yet again created a resilient and sustainable ecosystem. Some examples are: eAZy Med, online medicine service, and eAZy Payment, payment portal for customers.

Our agents today enjoy the possibility to use digital capability and straight-through-processing for convenience and speed in concluding policies. Customers are now receiving the speed, accuracy and ease they now expect through digitized connectivity. Customer loyalty is driven by the ease of doing business with Allianz. This we achieve by the use of digital solutions and training our customer-facing colleagues.

In our portfolio, we also drive forward in penetrating the emerging customer base. This will help Allianz in enhancing the Allianz brand in various segments of the society and also part of our effort in promoting inclusiveness. In this customer segment, Allianz plays the dominant role and enjoys a top three position in this promising market.

PROFESSIONAL PRIDE

The success of the above endeavors is a testament of our creativity, leaving room for our employees and empowering them. With a focus on a work to win attitude, we have the best people through empowering people in various areas of our Company.

Allianz believes that by empowering our employees, they will have the chance to grow their ideas and encourage them to do more for our customers. This in the end will build a truly customer-centric culture that is lived by all the people in Allianz.

CORPORATE GOVERNANCE

As a financial player with such a high valued brand name, the expectation to deliver compliancy along the line of our supply chain is a given. Implementing the highest standard of compliance should further build trust into the brand and thereby encourage new customer to use Allianz products and services.

Governance is something that we do not just because it's mandatory, but because it's important for us to be able to maintain our brand trust for the customers.

TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN

Allianz Life Indonesia bersama dengan Allianz Utama Indonesia berupaya untuk membangun komunitas yang lebih baik dengan menjangkau ke komunitas yang lebih luas dalam empat area utama yakni pendidikan, ekonomi, kesehatan, serta bantuan lingkungan hidup dan kemanusiaan. Secara keseluruhan kontribusi luas kami berupaya untuk mencapai keseimbangan yang berkepanjangan antara melaksanakan bisnis yang baik dan mempromosikan norma sosial.

Selama tujuh tahun, tim CSR kami di bawah Yayasan Allianz Peduli telah mendorong karyawan untuk berpartisipasi dalam berbagai program CSR, di antaranya seperti program pengenalan keuangan. Di tahun 2016, program CSR memiliki 187 relawan aktif yang mendukung 6 program utama di bawah empat pilar CSR.

PROSPEK DI 2017

Untuk tahun 2017, kami tetap meningkatkan tren untuk menangkap pasar saham dan menumbuhkan basis nasabah kami. Kami terus berinovasi untuk kemudahan melakukan bisnis dengan Perusahaan.

Kami tetap mengharapkan kondisi ekonomi di Indonesia tetap relatif sama dengan tahun 2016. Akan tetapi, pendekatan jangka panjang kami adalah menjadikan Indonesia sebagai pembangkit untuk Allianz Asia dari sisi kemampuan keuangan serta inovasi yang akan membawa peningkatan pada kepuasan nasabah.

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Allianz Life Indonesia in conjunction with Allianz Utama Indonesia is seeking to build a better community by reaching out to the wider community in the four main areas of education, economy, health, and environmental and humanitarian assistance. Overall our large contribution seeks to achieve a sustainable balance between conducting good business and promoting social ethics.

For seven years, our CSR team under Yayasan Allianz Peduli have been encouraging employees to participate in various CSR programs, such as financial literacy programs among others. In 2016, CSR programs included 187 active volunteers that supported 6 main programs under the four pillars of CSR.

PROSPECTS FOR 2017

For 2017, we remain very bullish to capture market share and grow our customer base. We continue to innovate for the ease of doing business with the Company.

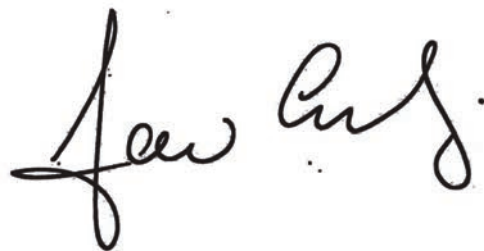
While we expect the Indonesian economy to be relatively similar to 2016, our long term approach is to make Indonesia as the powerhouse for Allianz Asia in terms of financial ability as well as innovations which will lead to improved customer satisfaction.

APRESIASI

Sebagai penutup, atas nama Direksi, saya ingin menyampaikan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada para nasabah atas kepercayaan pada *brand* Allianz. Ucapan terima kasih juga disampaikan untuk mitra kami dan para karyawan yang telah mewujudkan hasil yang luar biasa. Akhirnya, saya ingin menyampaikan terima kasih kepada Dewan Komisaris dan pemegang saham atas dukungan mereka yang terus-menerus dalam upaya kami mengeluarkan potensi dari Allianz Life Indonesia.

APPRECIATION

In closing, on behalf of the Board of Directors, I want to extend a warm thank you to our customers for trusting the brand Allianz. This would also include a thank you to our partners and employees that have made it possible to achieve such outstanding results. Finally, I want to thank the Board of Commissioners and shareholders for their continued support in our endeavor to release the potentials of Allianz Life Indonesia.



Joachim Wessling

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

Profil Direksi

Board of Directors Profile



Joachim Wessling
 Direktur Utama
President Director

Joachim Wessling telah menjabat sebagai *Country Manager* dan Direktur Utama Allianz Life Indonesia sejak tahun 2010. Beliau telah menempuh perjalanan karir selama 35 tahun bersama Allianz dan telah ditugaskan di beberapa negara. Beliau pernah menjabat sebagai *Regional General Manager* di Dubai (1998–2004) kemudian Presiden dan CEO untuk Allianz Fire & Marine di Jepang (2004–2007), di mana beliau terdaftar sebagai anggota *Executive Committee of Foreign Non-Life Insurance Association (FNLIA)* dan *Economist Corporate Network*, Jepang. Sebelum bergabung dengan Allianz Life Indonesia, beliau bertugas sebagai CEO dan Country Manager untuk Allianz Ukraina (2007–2010). Beliau menempuh pendidikan di *Verwaltungs-und Wirtschafts-Akademie (VWA)*, Munich, Jerman dengan jurusan Ekonomi.

Joachim Wessling has served as Country Manager and President Director of Allianz Life Indonesia since 2010. He has a career spanning of 35 years with Allianz and has been commissioned in several countries. He served as Regional General Manager in Dubai (1998-2004) and then President and CEO for Allianz Fire & Marine, Japan (2004-2007), where he was listed as a member of Executive Committee of Foreign Non-Life Insurance Association (FNLIA) and the Economist Corporate Network, Japan. Prior to joining Allianz Life Indonesia, he served as CEO and Country Manager for Allianz Ukraine (2007-2010). He graduated from Verwaltungsund Wirtschafts-Akademie (VWA), Munich, Germany, majoring in Economics.



Alan Jonathan Tangkas Darmawan
 Direktur
Director

Alan Jonathan Tangkas Darmawan adalah anggota Direksi Allianz Life Indonesia yang bertanggung jawab dalam bidang Investasi sejak tahun 2004. Sebelumnya beliau menjabat sebagai Chief Marketing Officer dan Chief Risk Officer di Perusahaan. Perjalanan karirnya di industri jasa keuangan telah berlangsung selama 26 tahun, namun beliau fokus berkecimpung di dunia asuransi sejak 17 tahun yang lalu. Beliau lulus dari Indiana University, Bloomington, Amerika Serikat dengan gelar Sarjana Akuntansi dan memiliki Sertifikasi Wakil Manajer Investasi dari Bapepam-LK (kini OJK), *Certified Financial Planner* dan *Associate Wealth Planner* dari *Financial Planning Association of Singapore* serta *Fellow of Chartered Financial Practitioner* dari *Insurance and Financial Practitioners Association of Singapore*. Efektif per tanggal 17 Februari 2017, beliau telah mengundurkan diri dan sudah tidak lagi menjabat sebagai Direksi Allianz Life Indonesia.

Alan Jonathan Tangkas Darmawan is a member of the Board of Directors of Allianz Life Indonesia responsible for Investment since 2004. He previously served as the Chief Marketing Officer and Chief Risk Officer in the Company. His career in the financial services industry has spanned for 26 years, but he focused on insurance industry since 17 years ago. He graduated from Indiana University, Bloomington, United States with a degree in Accounting and holds a Fund Manager License from Bapepam-LK (currently OJK), Certified Financial Planner and Associate Wealth Planner from the Financial Planning Association of Singapore and Fellow of Chartered Financial Practitioner from Insurance and Financial Practitioners Association of Singapore. Effective from 17 February 2017, he has resigned and is no longer a member of the Board of Directors of Allianz Life Indonesia.



Todd Swihart
Direktur
Director

Todd Swihart adalah anggota Direksi Allianz Life Indonesia yang bertanggung jawab untuk Allianz Health and Corporate Solutions sejak Juli 2015. Sebelumnya beliau menjabat sebagai Direktur yang bertanggung jawab atas operasional selama lima tahun. Beliau memiliki pengalaman di industri asuransi selama lebih dari dua dekade. Beliau mengawali karirnya bersama Allianz Life of North America di tahun 2001. Di tahun 2005 beliau bergabung dengan Allianz SE, Jerman lalu menjadi Regional Manager – Operations untuk Allianz Insurance Management, Singapura (2008–2009). Beliau memegang gelar Sarjana Ekonomi dari University of Minnesota dan Master dalam bidang Administrasi Bisnis dari Metropolitan State University, St. Paul Minnesota.

Todd Swihart is a member of the Board of Directors of Allianz Life Indonesia responsible for Allianz Health and Corporate Solutions since July 2015. Previously he served as the Director of operations for five years. He has experience in the insurance industry for over two decades. He started his career with Allianz Life of North America in 2001. In 2005 he joined Allianz SE in Germany and then became Regional Manager - Operations for Allianz Insurance Management, Singapore (2008-2009). He holds a bachelor degree in Economics from the University of Minnesota and Master's in Business Administration from the Metropolitan State University, St. Paul Minnesota.



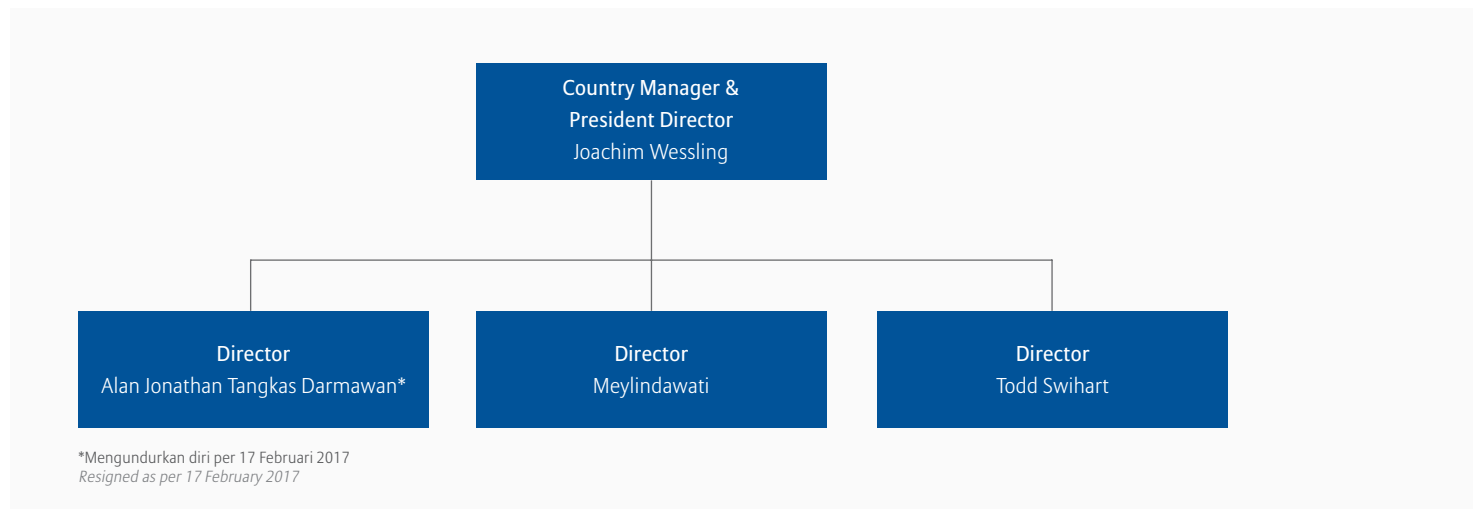
Meylindawati
Direktur
Director

Meylindawati adalah anggota Direksi Allianz Life Indonesia yang bertanggung jawab di bidang Keuangan. Beliau telah menjadi bagian dari Allianz Life Indonesia sejak tahun 1999 dengan memulai karir sebagai Manajer Accounting. Sebelum menjabat sebagai Direktur Keuangan, beliau menduduki posisi sebagai Head of Finance and Accounting (2009 – 2012). Beliau menempuh pendidikan di Universitas Tarumanegara, Jakarta dengan jurusan Akuntansi.

Meylindawati is a member of the Board of Directors of Allianz Life Indonesia responsible for Finance. She has been part of Allianz Life Indonesia since 1999 beginning her career as an Accounting Manager. Before serving as Director of Finance, she served as Head of Finance and Accounting (2009-2012). She studied at the University of Tarumanegara, Jakarta with Accounting majors.

Struktur Organisasi

Organizational Structure



Dewan Komisaris Allianz Life Indonesia

Board of Commissioners of Allianz Indonesia

Komisaris Utama

President Commissioner
Heinz Walter Dollberg

Komisaris Independen

Independent Commissioner
Arif Firman

Komisaris Independen

Independent Commissioner
Dr. Ahmad Junaedi Ganie

Dewan Pengawas Syariah

Sharia Supervisory Board

Ketua

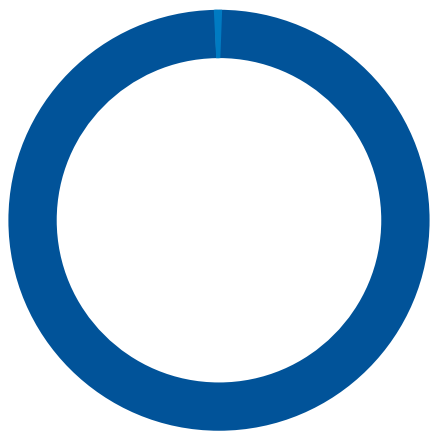
Chairman
Drs. H. Mohamad Hidayat, M.B.A., M.B.I.

Anggota

Member
H. Rahmat Hidayat, S.E., M.T.

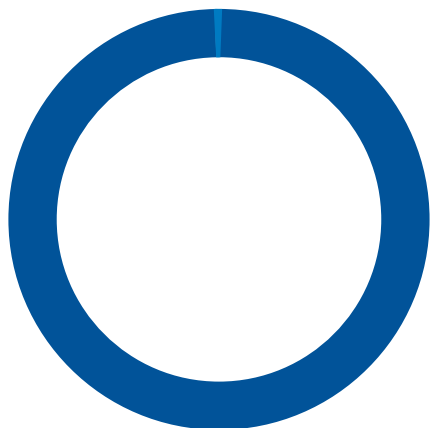
Pemegang Saham Allianz Life di Indonesia

Allianz Life Shareholders in Indonesia



• **99,76%**

Allianz of Asia Pacific & Africa GmbH



• **0,24%**

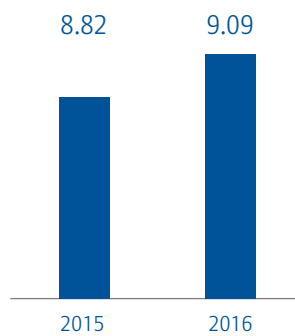
PT Kresna Karya

Ikhtisar Keuangan

Financial Highlights

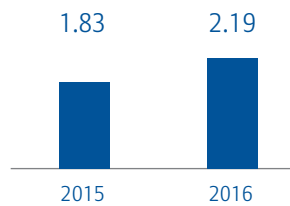
Premi Bruto

Gross Written Premium
in IDR Trillion



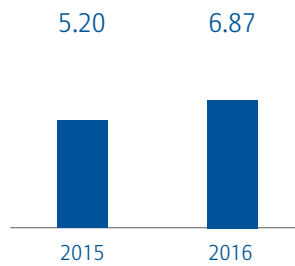
Premi yang disetahunkan

Annualized Net Premium
in IDR Trillion



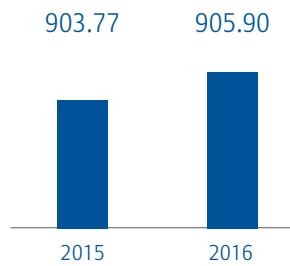
Pembayaran Klaim dan Manfaat

Claim & Benefit Payment
in IDR Trillion



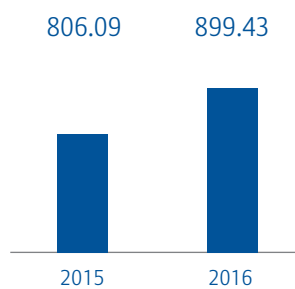
Laba Sebelum Pajak

Profit Before Tax
in IDR billion



Laba Bersih

Net Income
in IDR billion



Ikhtisar Keuangan 2012-2016

Financial Highlights 2012-2016

(Dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain) (Expressed in million of Rupiahs, unless stated otherwise)	2012	2013	2014	2015	2016	Percentase/ Percentage
	(IDR million)	(IDR million)	(IDR million)	(IDR million)	(IDR million)	%
Pendapatan Premi Bruto Gross Written Premium	8,319,594	8,426,350	9,707,691	8,818,549	9,095,007	3.1%
Premi yang disetahunkan Annualized Net Premium	1,704,370	1,632,992	1,973,589	1,831,989	2,195,295	19.8%
Beban Klaim Claim Expenses	(4,071,853)	(4,423,102)	(5,583,207)	(5,206,489)	(6,876,437)	32.1%
Pendapatan Investasi Bruto Gross Investment Income	1,488,261	353,664	3,063,809	273,654	2,815,166	928.7%
Beban Usaha Operational Expenditure	(1,667,417)	(2,002,512)	(2,452,960)	(2,590,687)	(2,880,097)	11.2%
Laba Sebelum Pajak Profit Before Tax	499,621	678,484	956,899	903,774	905,890	0.2%
Laba Bersih Net Income	359,735	513,599	813,897	806,099	899,433	11.6%
Jumlah Aset Total Assets	19,709,078	21,604,171	26,768,322	27,635,118	30,294,789	9.6%
Jumlah Investasi Total Investments	19,060,027	19,977,768	24,559,818	25,223,498	26,966,944	6.9%
Jumlah Kewajiban dan Cadangan Teknis Total Liabilities & Technical Reserve	16,968,203	18,809,711	22,756,023	22,909,265	24,436,046	6.7%
Ekuitas Equity	2,631,017	2,604,159	3,743,575	4,355,995	5,381,290	23.5%
Dana Tabarru Tabarru Fund	109,858	190,301	268,724	369,858	477,453	29.1%
Dana Kelolaan Assets Under Management	19,060,027	19,977,768	24,559,818	25,223,498	26,966,944	6.9%
Risk-Based Capital (RBC)	382%	539%	455%	391%	387%	-1.0%

Pembahasan dan Analisis Manajemen

Management Discussion & Analysis



Tinjauan Industri

Industry Review

Pada tahun 2016, industri asuransi jiwa di Indonesia mencatat pertumbuhan yang baik meskipun kondisi ekonomi masih mengalami perlambatan di tahun 2016. Data dari Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) menjadi pendukung pandangan bahwa kesadaran masyarakat akan pentingnya perlindungan asuransi jiwa telah terbentuk dan terus berkembang dengan total pendapatan dari industri asuransi jiwa yang meningkat 57,4% menjadi Rp208,92 triliun pada akhir tahun 2016, dibandingkan tahun 2015 sebesar Rp132,74 triliun.

Pada periode yang sama, total laba premi meningkat 29,8% menjadi Rp167,04 triliun dibandingkan sebelumnya sebesar Rp128,66 triliun serta total klaim dan manfaat juga meningkat 32,4% menjadi Rp96,05 triliun dari Rp75,57 triliun. Total jiwa tertanggung juga meningkat, sebesar 4,1% menjadi 57,23 jiwa diasuransikan di tahun 2016 dibandingkan tahun 2015 sebesar 54,96 juta jiwa tertanggung.

Dengan meningkatnya kesadaran masyarakat, berbagai saluran pengiriman produk menguat dan menyesuaikan kembali seluruh lini produk dengan saluran *bancassurance* industri secara keseluruhan berkontribusi 43,3%, diikuti oleh agen 38,9% dan saluran alternatif lainnya sebesar 17,7%.

The Indonesian life insurance industry recorded good growth in 2016 despite the slow economic condition in 2016. Data from the Life Insurance Association of Indonesia (AAJI) is supporting the view that public awareness on the importance of life insurance protection is already established and continues to grow with total income of life insurance industry rising 57.4% to Rp208.92 trillion at year end 2016 compared to Rp132.74 trillion for 2015.

Over the same period, total premium income rose 29.8% to Rp167.04 trillion compared to Rp128.66 trillion and total claims and benefits also rose 32.4% to Rp96.05 trillion from Rp75.57 trillion. The total number of insured also grew, by 4.1%, to 57.23 million insured in 2016 compared to 54.96 million insured in 2015.

*With the growing public awareness, various channels of product delivery are strengthening and readjusting across product lines with industry-wide *bancassurance* channels contributing 43.3%, followed by agency at 38.9% and other alternative channels of 17.7%.*

Tinjauan Keuangan

Financial Review

Allianz Life Indonesia menambah jumlah nasabah hingga mencapai 7 juta jiwa tertanggung, dengan memanfaatkan teknologi digital dan produk yang sesuai dengan pasar Indonesia demi memenuhi kebutuhan nasabah akan manajemen risiko keuangan. Sebagai hasil dari perolehan ini, Allianz Life Indonesia membukukan Premi Bruto sebesar Rp9,09 triliun di tahun 2016, meningkat 3,1% dari Rp8,82 triliun di tahun 2015.

Dalam hal laba bersih, Allianz Life Indonesia mencetak pertumbuhan sebesar 11,6% dari Rp806,09 miliar di tahun 2015 menjadi Rp899,43 miliar di tahun 2016. Kinerja yang kuat ini menyeimbangkan peningkatan sebesar 32,1% pada Klaim dan peningkatan 11,2% pada Beban Usaha.

Dana kelolaan meningkat menjadi Rp26,96 triliun di tahun 2016, naik dari Rp25,22 triliun pada tahun 2015, meningkat sebesar 6,9%. Secara keseluruhan, kapitalisasi tetap stabil dan kuat dengan Rasio Solvabilitas 387% pada 31 Desember 2016, di atas regulasi pemerintah sebesar 120%.

Allianz Life Indonesia memiliki tiga jalur distribusi untuk menjangkau nasabah: keagenan, *bancassurance* dan *Allianz Health & Corporate Solution* (AHCS) yang berfokus pada asuransi grup. Secara umum, strategi pemasaran multi-distribusi memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan Perusahaan.

Di 2016, saluran *bancassurance* adalah penyumbang terbesar dari Premi Bruto untuk Perusahaan sebesar 50,5%, diikuti oleh agensi sebesar 39,7%, dan AHCS sebesar 9,8%.

Allianz Life Indonesia expanded customer numbers to nearly 7 million insured, utilizing digital technology and products suited to the Indonesian market to meet the customers' needs for financial risk management. As a result of these gains, Allianz Life Indonesia recorded Gross Written Premium of Rp9.09 trillion in 2016, an increase of 3.1% from Rp8.82 trillion in 2015.

In terms of net income, Allianz Life Indonesia posted a growth of 11.6% from Rp806.09 billion in 2015 to Rp899.43 billion in 2016. This strong performance balances the 32.1% increase in Claims and 11.2% increase in Operational Expenditure.

Assets under management expanded to Rp26.96trillion in 2016 up from just over Rp25.22 trillion in 2015, a 6.9% increase. Overall, capitalization remains stable and strong with a Risk-Based Capital at 387% as per 31 December 2016, above government regulation of 120%.

Allianz Life Indonesia has three distribution channels to reach customers: agency, bancassurance and Allianz Health & Corporate Solution (AHCS) that focuses on group insurance. In general, the multi-distribution marketing strategy has an important role in supporting the company's growth.

In 2016, bancassurance channel is the biggest contributor of Gross Written Premium to the company by 50.5%, followed by agency 39.7% and AHCS 9.8%.



Tien Tien Wahono
Agen Allianz Life Indonesia
Agent of Allianz Life Indonesia

“Bergabung menjadi agen asuransi Allianz Life Indonesia sejak 2008, niat saya sejak awal adalah membantu nasabah untuk memahami dan mendapatkan manfaat asuransi. Untuk itu komunikasi yang terjalin kuat dengan nasabah sangatlah penting, khususnya saat proses klaim. Bersama Allianz, saya bangga bisa menjadi bukan sekedar agen asuransi, namun menjadi seorang “Life Changer” bagi kehidupan orang-orang di sekitar saya.”

“Joining as an insurance agent of Allianz Life Indonesia since 2008, initially I intended to assist customers to understand and receive insurance benefits. For this reason, closely-knit communications with customers play a very vital role, especially during the claim process. Together with Allianz, I am proud of becoming not only an insurance agent, but also a ‘Life Changer’ in the lives of the people around me.”

Peristiwa Material Setelah Tanggal Pelaporan Akuntan dan sebelum Publikasi Laporan Tahunan

Tidak terdapat peristiwa material setelah tanggal pelaporan akuntan dan sebelum publikasi Laporan Tahunan.

Prospek Bisnis

Ke depannya, Allianz Life Indonesia akan terus mendapatkan keuntungan dari meningkatnya kesadaran konsumen akan asuransi sebagai perlindungan risiko dan kemudahan yang lebih besar melalui penawaran produk dan layanan yang disempurnakan secara digital. Dengan harapan untuk meningkatkan pertumbuhan PDB di kisaran 5-5,5% untuk tahun 2017, keputusan investasi baik oleh perusahaan dan individu kemungkinan akan mencakup produk asuransi seiring dengan pertumbuhan yang kami lihat sepanjang tahun 2016.

Ketidakpastian tetap terjadi karena situasi ekonomi dan politik yang berkembang di negara maju yang mungkin berimbas bagi ekonomi Indonesia, memperlambat pertumbuhan. Namun, fundamental ekonomi yang kuat dan dorongan pemerintah untuk belanja infrastruktur telah mendorong kepercayaan pada pertumbuhan domestik. Kami memperkirakan adanya peningkatan kesempatan untuk penjualan produk asuransi di pasar yang optimis ini.

Penggunaan Pendapatan dari Penawaran Umum

Allianz Life Indonesia tidak termasuk perusahaan terdaftar dan dengan demikian tidak membuat penawaran publik untuk saham. Perusahaan juga tidak memiliki pencatatan obligasi.

Peristiwa Penting di 2016

Tidak terdapat peristiwa penting yang berkaitan baik untuk operasional maupun keuangan Perusahaan di tahun 2016.

Tinjauan Bisnis

Kinerja Allianz Life Indonesia secara keseluruhan di tahun 2016 tercatat positif dalam hal perluasan jumlah pelanggan, perbaikan sistem atau perluasan merek. Kunci dalam tujuan jangka panjang adalah untuk memastikan personel berkualitas tinggi dan berpengalaman serta lini produk yang dapat diakses sesuai dengan permintaan pelanggan.

Material Events After Accountant's Report Date and before Annual Report Publication

There were no material events after the date of the accountant's report before publication of the Annual Report.

Business Prospects

Looking forward, Allianz Life Indonesia will continue to benefit from the growing consumer awareness of insurance as risk protection and the greater ease through digitally enhanced product and service offerings. Given expectations for increased GDP growth in the range of 5-5.5% for 2017, investment decisions by both corporations and individuals will likely include insurance products in line with the growth we saw throughout 2016.

Uncertainty remains due to unfolding economic and political situations in developed economies which may have repercussions for the Indonesian economy, slowing growth. However, the strong economic fundamentals and the government's encouragement of infrastructure spending have bolstered confidence in domestic growth. We foresee increased opportunity for sales of insurance products within this optimistic marketplace.

Use of proceeds from Public Offering

Allianz Life Indonesia is not a listed company and therefore has not made a public offering of shares. The Company also does not have any bond listings.

Extraordinary Events in 2016

There were no extraordinary events regarding the Company's finances or operations in 2016.

Business Review

Allianz Life Indonesia overall performance in 2016 was positive in terms of expanding customer numbers, systems improvements or branding expansion. Key in the long-term objective is to ensure high quality and knowledgeable personnel and a product line that is accessible in the ways that customers ask for.



Allianz Star Network (ASN)

Allianz Star Network (ASN) mengelola bisnis agensi dan mewakili 39,7% Premi Bruto Allianz Life Indonesia di tahun 2016, naik 33,9% dari tahun 2015.

Allianz Star Network melibatkan ribuan agen yang tersebar di seluruh Indonesia dengan alat dan pelatihan untuk meningkatkan efektivitas kegiatan penjualan dan menghasilkan pelanggan akhir yang puas sepenuhnya.

Fokus di tahun 2016 terletak pada peningkatan efisiensi sistem melalui inisiatif digital. Allianz Life Indonesia merilis versi terbaru dari aplikasi Toolbox ASN, versi 2.0.1, perangkat yang sangat berguna untuk agen saat melakukan penjualan ke calon pelanggan. Di antara banyak manfaat dari pembaruan ini adalah Antarmuka Pengguna yang baru untuk pengalaman yang lebih intuitif dan *user-friendly*, penyampaian yang efisien untuk pemrosesan aplikasi asuransi jiwa yang lebih cepat (SPAJ) dan keseluruhan kinerja dan keandalan yang ditingkatkan. Semua ini mengarah pada kesuksesan agen yang lebih baik, produktivitas dan kepuasan kinerja yang lebih tinggi.

Selain itu, Allianz Life Indonesia juga meluncurkan halaman web ASN Life Changer, sebuah situs khusus untuk *Leads Management Tools*. Laman web ini menghubungkan calon pelanggan dan agen secara langsung dengan Mitra Bisnis ASN untuk ditindaklanjuti.

ASN juga memastikan bahwa agen memiliki akses ke berbagai program pelatihan termasuk Allianz Master, diluncurkan pada bulan Mei 2016. Rangkaian kursus pelatihan ini disampaikan ke semua agen teratas

Allianz Star Network (ASN) manages the agency business and reflected 39.7% of Allianz Life Indonesia GWP in 2016, up from 33.9% in 2015.

The Allianz Star Network engages and equips thousands of agents in Indonesia with the tools and training to increase the effectiveness of their sales activities and to satisfy our customers.

The key focus in 2016 was on enhancing system efficiency through digital initiatives. Allianz Life Indonesia released the latest version of the ASN Toolbox app, version 2.0.1, a powerful gateway tool to help agents make sales presentations to potential customers. The numerous benefits include a new User Interface for a more intuitive and user-friendly experience, streamlined e-submission for speedier life insurance application (SPAJ) processing and overall boosted performance and reliability. As a result, there is better agent success, higher productivity and performance satisfaction.

In addition, Allianz Life Indonesia also launched the ASN Life Changer webpage, a dedicated website for Leads Management Tools. This webpage connects prospective customers and agents directly with ASN Business Partners for follow-up.

ASN also assures that agents have access to a full range of training programs including the Allianz Masters, launched in May 2016. The Allianz Masters training courses are delivered to the top agents in

di Allianz Asia-Pacific dan memberikan praktik terbaik yang dapat memenuhi persaingan pasar yang semakin meningkat bersamaan dengan menetapkan standar profesional dan tinggi dalam memberikan solusi kepada pelanggan. Materi dan sumber daya digital seperti video dan e-book disediakan untuk belajar mandiri.

Program pelatihan lainnya termasuk peluncuran *Fast Track to Management (FT2M)*, *Pacesetters* dan *Quality Business Workshop*. Motivasi dijaga tetap tinggi dengan juga mengintegrasikan program penghargaan komprehensif seperti *President's Club*, untuk agen berkinerja terbaik (Agen Teratas), dalam peningkatan kinerja seluruh wilayah Allianz Asia-Pacific (AZAP) untuk menunjukkan apresiasi AZAP kepada Agen terbaik.

Allianz Asia – Pacific to further enhance their professional and high standards in providing solutions to customers. Digital resources and materials such as videos and e-books are provided for self-learning.

Other training programs included the launch of Fast Track to Management (FT2M), Pacesetters and the Quality Business Workshop. Motivation is kept high by also integrating a comprehensive rewards program such as the President's Club, for the best performing agents (Top Agents), in a region-wide boost for performance across all of Allianz Asia-Pacific (AZAP) to show AZAP's appreciation to the best agents.

Allianz Health and Corporate Solutions

Di tahun 2016, pasar yang menantang tidak memengaruhi komitmen Allianz Health and Corporate Solutions (AHCS) dalam menyuguhkan kinerja yang baik dan inovasi dalam layanan. Bahkan AHCS berhasil mempertahankan kinerja yang stabil dan pertumbuhan yang baik untuk lini usaha asuransi kesehatan individu dan dana pensiun. Berdasarkan jalur distribusi, AHCS membukukan Pendapatan Premi Bruto senilai Rp875,97 miliar di tahun 2016.

Pertumbuhan dalam lini usaha asuransi kesehatan individu didorong oleh kebutuhan masyarakat untuk melengkapi perlindungan BPJS yang dimiliki dengan asuransi jiwa dan kesehatan yang lebih komprehensif. Sementara itu, untuk dana pensiun, terjadi pergeseran di pasar menuju produk-produk pensiun dan hal ini didukung oleh perubahan peraturan. Hal ini tercermin dari total dana kelolaan dana pensiun yang tumbuh secara signifikan menjadi Rp4,36 triliun pada tahun 2016, yang berarti ada kenaikan sebesar 191,8%. Pertumbuhan yang luar biasa ini juga dikarenakan adanya dukungan dari Allianz Group dan jaringan globalnya yang memungkinkan bisnis dana pensiun AHCS senantiasa tumbuh.

AHCS terus membangun merek, kemampuan layanan digital dan diferensiasi produknya dalam rangka memperkuat kinerja. Salah satu bentuk kerja sama yang tidak kalah penting di tahun 2016 ialah kemitraan Allianz dengan GO-JEK dalam penyediaan perlindungan asuransi kesehatan yang dirancang khusus bagi para pengemudinya dan anggota keluarga inti mereka, dengan premi yang terjangkau dan terintegrasi dalam aplikasi digital GO-JEK, terutama dalam sistem *e-Enrollment*. Sistem tersebut akan diluncurkan secara massal pada tahun 2017.

Di tahun 2016, strategi digital yang digulirkan adalah "Offering a World of Services" yang mencakup eAZy Med yang bekerja sama dengan HaloDoc. Layanan ini melengkapi aplikasi eAZy Claim yang diperkenalkan tahun lalu dan telah disempurnakan lebih lanjut di tahun 2016 seiring dengan dipertahankannya *Service Guarantee* untuk proses klaim asuransi kesehatan yang tidak melebihi 7 hari kerja.

Inisiatif baru lain di tahun 2016 ialah Allianz Health Assistant, di mana para nasabah bisa mengakses layanan personal yang tersedia 24 jam sehari 7 hari seminggu saat dirawat di rumah sakit yang telah menjadi mitra rumah

The challenging market in 2016 did not influence Allianz Health and Corporate Solutions (AHCS) commitment to deliver good performance and service innovations. Instead, AHCS managed to maintain a stable performance and good growth for individual health and pension. Based on distribution channel, AHCS recorded GWP of Rp875.97 billion in 2016.

The growth in individual health is driven by the needs of the public to complement their BPJS protection with a more comprehensive health and life insurance. Whereas for pension, there is a shift in the market towards more pension products supported by the change in regulation. This is reflected in the Asset under Management (AUM) of pension funds which grew significantly to Rp4.36 trillion in 2016, an increase of 191.87%. This excellent growth was also due to the support of the Allianz Group and its international network that made the AHCS pension business continue to grow.

AHCS continued to build its brand, digital service capability and product differentiation to strengthen its performance. Notably in 2016, Allianz partnered with GO-JEK to provide customized health insurance coverage for GO-JEK drivers and nuclear families, with affordable premiums and based on GO-JEK's digital application framework, especially with the e-Enrollment system. This e-Enrollment system will be launched in 2017.

In 2016 the digital strategy was rolled out as the digital "Offering a World of Services" including eAZy Med which works closely with HaloDoc. This service complements last year's eAZy Claim application, which was further enhanced in 2016 while maintaining Health Claims Service Guarantee of claims process within 7 business days.

Another new initiative for 2016 was the Allianz Health Assistant, where customers can access 24/7 personalized service when hospitalized at

sakit AdMedika dan Allianz, termasuk mendapatkan informasi lengkap mengenai administrasi rawat inap langsung melalui panggilan telepon.

Untuk tahun 2017, AHCS akan terfokus pada peningkatan penawaran layanan bagi para konsumen untuk mempertahankan posisinya di pasar. Di samping menyuguhkan beragam solusi yang disesuaikan untuk asuransi kesehatan kumpulan, AHCS juga berfokus pada solusi-solusi asuransi kesehatan individu bagi mereka yang hendak melengkapi perlindungan mereka, termasuk minat yang terus tumbuh terhadap produk-produk pensiun. Salah satunya, AHCS memperkenalkan e-pensiun Portal Online Nasabah yang akan direalisasikan secara penuh pada tahun 2017.

Allianz Life Bancassurance

Allianz Life Bancassurance kembali membukukan pertumbuhan Pendapatan Premi Bruto sebesar 6,5% di tahun 2016 menjadi Rp4,59 triliun, yang merupakan 50,5% Pendapatan Premi Bruto Allianz Life Indonesia. Kemitraan dengan sejumlah bank terkemuka di Indonesia dan perhatian terhadap kebutuhan nasabah mereka merupakan kunci dalam mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar *bancassurance*. Hingga akhir tahun 2016, jalur distribusi *bancassurance* Allianz Life telah menjalin kemitraan dengan HSBC, Bank Ekonomi, BTPN, ANZ Bank dan yang terbaru ialah Maybank Indonesia.

Pada tahun 2016, Allianz Life Indonesia menjalin kerja sama distribusi dengan Maybank Indonesia untuk menyediakan perlindungan asuransi bagi para nasabah Maybank yang terdiri dari beragam segmen di bawah naungan Direktorat Keuangan Komunitas mereka. Bagi Maybank yang merupakan sebagai salah satu bank terbesar di Asia dan Indonesia, Allianz Life Indonesia menunjukkan komitmennya dengan mengembangkan 14 produk yang akan disesuaikan dengan kebutuhan para nasabah dalam dua tahun pertama masa kerja sama.

Allianz Life *Bancassurance* tetap berkomitmen penuh untuk mempersembahkan pengalaman yang menyenangkan dan nyaman bagi para nasabahnya. Allianz Life *Bancassurance* telah menerapkan *e-submission* dan *e-quotation* berteknologi canggih di perangkat iPad untuk dipakai oleh para *Insurance Consultant* dalam melayani nasabah melalui pendekatan interaktif yang efektif. Kami telah memperkenalkan dua *platform* digital tersebut di Maybank Indonesia dan HSBC Indonesia.

Portal *Bancassurance* menyediakan akses bagi semua tenaga pemasar untuk memantau kinerja pribadi, pemeriksaan status polis dan pengelolaan portofolio. Pelatihan terstruktur tersedia melalui *Bancassurance Sales Academy* untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan tenaga pemasar lebih lanjut. Pada bulan Juni 2016, pelatihan khusus milik Allianz "Gold Standard" bertujuan untuk menjadikan para *Insurance Specialists/Consultants* Allianz sebagai para acuan dalam bisnis *bancassurance* asuransi jiwa, dengan persiapan kompetensi yang intensif dan mendalam untuk aspek layanan, pengetahuan produk dan keterampilan menjual. Program khusus milik Allianz ini telah berhasil menunjukkan hasil yang positif terkait dengan tingkat konversi yang naik dan tingkat penolakan yang menurun. Pada tahun 2017, program tersebut akan dilembagakan dan diterapkan di seluruh mitra.

Allianz and AdMedika hospital partners, including full information about inpatient administration through direct telephone calls.

For 2017, AHCS will focus on increasing the service offerings to the customers to maintain its position in the market. In addition to offering customized solutions for group health, AHCS will also focus on individual health solutions for those individuals who wish to complete their own coverage, including with the growing interest in pension products. In this, AHCS introduced in 2016 the e-pension Customer Online Portal to be fully implemented by 2017.

Allianz Life Bancassurance reported a return to growth in 2016 with a 6.5% increase in Gross Written Premium to Rp4.59 trillion, comprising of 50.5% of the GWP of Allianz Life Indonesia. Partnerships with reputable banks within Indonesia and attention to their customers' needs remains as the key to maintaining and increasing market share in the bancassurance market. As per year-end 2016, Allianz Life Bancassurance partnered with HSBC, Bank Ekonomi, BTPN, ANZ Bank and the most recently, Maybank Indonesia.

In 2016, Allianz Life Indonesia secured distribution agreement with Maybank Indonesia to provide insurance protection for Maybank customers of various segments under their Community Financial Directorate. For Maybank, as one the largest banks in Asia and in Indonesia, Allianz Life Indonesia demonstrated its commitment by developing 14 products tailoring to meet their customers needs within the first 2 years of the partnership.

Allianz Life Bancassurance remains fully committed to make our customers' experience with us pleasant and seamless. Bancassurance has implemented state-of-the art e-submission and e-quotation on the iPad to be used by our Insurance Consultants to engage with customers through an effective interactive approach. We have rolled out such digital platforms in Maybank Indonesia and in HSBC Indonesia.

The Bancassurance Portal gives access for all sales forces to monitor their performance, check policy status and manage their portfolios. Structured training is available through the Bancassurance Sales Academy to further enhance the knowledge and skills of sales forces. In June 2016, the Academy introduced the proprietary "Gold Standard" training aimed to make Allianz Insurance Specialists/consultants as benchmarking leaders across the bancassurance business in the life insurance industry, with intensive and in-depth competency preparation in: service, product knowledge and selling skills. This proprietary program has shown good results in terms of increasing conversion rates and lowering rejection rates. In 2017, this proprietary program will be institutionalized and be applied across more partners.

Microinsurance

Bisnis asuransi mikro Allianz Life Indonesia terus tumbuh dan melayani posisi pasar penting. Meskipun premi bruto di tahun 2016 tercatat Rp73,97 miliar, menurun dari Rp83,01 miliar di tahun 2015, jumlah tertanggung meningkat menjadi 5,4 juta tertanggung dari 4,7 juta pada periode yang sama. Hal ini disebabkan oleh pendekatan yang lebih terfokus pada segmen asuransi mikro dibandingkan segmen *low mass market*.

Pergeseran fokus juga dapat dilihat dari jumlah mitra institusi yang menurun dari 87 di tahun 2015 menjadi 60 *Microfinance Institutions* (MFIs) di tahun 2016, mengkonsolidasikan usaha dari mitra yang kecil dan tidak aktif kepada mitra yang berkomitmen mempromosikan produk asuransi mikro.

Strategi untuk menyoroti komponen produk asuransi yang dimulai pada tahun 2015, terpisah dari pinjaman atau kegiatan sosial, digabungkan dengan reposisi bisnis mikro bagi konsumen yang baru muncul untuk menjangkau masyarakat mikro yang lebih luas, yaitu bagi mereka yang perlu melindungi diri dan keluarga mereka dari berbagai risiko.

Rangkaian produk Payung tetap populer dengan Payung PerlindunganKu, Payung RumahKu, dan Payung KesehatanKu dan Payung Keluarga menarik minat pembeli asuransi baru. Produk SEKOCI telah diperkenalkan pada bulan November 2016 bekerja sama dengan Indosat Ooredoo, dan menyediakan manfaat dalam bentuk kompensasi tunai jika peserta meninggal karena sakit atau kecelakaan, dikemas dengan kartu SIM dengan fasilitas *e-money* untuk membantu tertanggung dalam memperpanjang perlindungan dan menyediakan nilai tambah serta kenyamanan.

Untuk tahun 2017, Allianz Life Indonesia berupaya untuk menguatkan saluran distribusinya dan meningkatkan jumlah mitra aktif. Mengembangkan pengetahuan dan motivasi di antara staf penjualan dalam mitra *Microfinance Institutions* (MFIs) merupakan kunci untuk menjaga elemen kemanusiaan dalam penjualan. Teknologi juga hadir dalam menyediakan teknologi *Interactive Voice Response* (IVR) menghadirkan informasi keuangan dan asuransi sebagai fitur pelopor dalam industri asuransi mikro.

The Allianz Life Indonesia microinsurance business continues to grow and serve an important market position. Despite the gross written premium in 2016 at Rp73.97 billion down from Rp83.01 billion in 2015, the number of insured increased to 5.4 million insured from 4.7 million over the same period. This is because of a more focused approach to microinsurance segment rather than the low mass market segment.

This shift of focus can also be seen on the number of partner institutions that declined from 87 in 2015 to 60 Microfinance Institutions (MFIs) in 2016, consolidating efforts away from small and inactive partners to those committed to promoting microinsurance products.

The strategy to highlight the insurance component of products begun in 2015, as separate from loans or social activities, was combined with a repositioning towards micro-insurance businesses for emerging consumers to reach a wider micro society, namely for those who need to protect themselves and their families from various risks.

The suite of Payung products remain popular with Payung PerlindunganKu, Payung RumahKu, and Payung KesehatanKu and Payung Keluarga capturing the interest of new insurance buyers. The SEKOCI product was introduced in November 2016 in cooperation with Indosat Ooredoo, and provides benefits in the form of cash compensation if the participant dies due to illness or accident, packaged with a SIM card with an e-money facility to facilitate the insured in extending the protection and providing added value and convenience.

For 2017, Allianz Life Indonesia is making efforts to strengthen its distribution channels and increase the numbers of active partners. Building knowledge and motivation among sales staff in the partner Microfinance Institutions (MFIs) is key to maintaining the human element in sales. Technology will also feature in providing Interactive Voice Response (IVR) technology with financial and insurance information, as a pioneering feature in the microinsurance industry.

Dana Investasi/Fund

Allianz Life Indonesia terus memimpin industri dalam menyediakan pilihan terluas dana investasi dengan total 56 *life fund* di mana 17 di antaranya berupa unit link *fund* yang dijual secara aktif melalui jalur distribusi keagenan dan *bancassurance*. Allianz Life Indonesia berusaha memenuhi berbagai harapan nasabah dengan menawarkan pilihan dana investasi lengkap untuk memenuhi semua profil risiko dan kondisi trend pasar yang sedang naik atau turun.

Total Dana Kelolaan tumbuh menjadi Rp30,84 triliun di tahun 2016, naik 16,8% dari Rp26,36 triliun pada tahun sebelumnya. Sebanyak 98,0% jumlah ini dikelola oleh Allianz Life Indonesia *Investment Division*.

Hubungan dekat dengan nasabah, khususnya melalui *Investment Microsite* <http://investment.allianz.co.id>, membantu menjaga kepercayaan dan menyediakan informasi terbaru mengenai Dana Investasi dan prospek ekonomi. Karena memperhatikan kondisi pasar, imbal hasilnya positif dan pertumbuhan penempatan juga baik, sebagaimana terlihat di kinerja dari tiga dana investasi terbaik (per 31 Desember 2016):

- *SmartLink Equity Fund* - total dana kelolaan Rp8,46 triliun (naik 23,7% yoy)
- *SmartLink Rupiah Balanced Fund* - total dana kelolaan Rp2,45 triliun (naik 4,0% yoy)
- *SmartLink Rupiah Fixed Income Fund* - total dana kelolaan Rp989,92 miliar (naik 27,8% yoy)

Ke depannya, Allianz Life Indonesia akan terus mengembangkan produk dana investasi baru yang akan memenuhi kebutuhan pengelolaan dana nasabah. Sedangkan di tahun 2016 adalah tahun optimisme Indonesia karena keberhasilan *tax amnesty* dan penguatan kinerja PDB, prospek di tahun 2017 tetap belum pasti sehubungan dengan berlanjutnya dampak dari peristiwa politik dan ekonomi di Eropa, Tiongkok, dan Amerika Serikat. Dengan fluktuasi pasar yang akan berlanjut pada tahun 2017, Allianz Life Indonesia akan tetap senantiasa menyediakan imbal balik yang baik pada nasabahnya sesuai profil risiko yang dipilih.

Allianz Life Indonesia continued to lead the industry in terms of providing the widest selection of funds with a total of 56 life funds with 17 funds that are actively sold through the agency and bancassurance channels. Allianz Life Indonesia seeks to meet the wide array of customer expectations by offering a complete fund selection to cater to all risk profiles and in bearish or bullish market conditions.

Total Assets under Management (AUM) which include Pension Fund grew to Rp30.84 trillion in 2016, up 16.8% from Rp26.36 trillion the previous year. Of this amount 98.0% is managed by the Allianz Life Indonesia Investment Division.

Close connection with customers, especially through the Investment Microsite <http://investment.allianz.co.id>, helps maintain trust and provide updates on funds and on economic outlooks. Due to close attention to market conditions, the returns were positive and placement growth was good, as seen in the performance of the top three funds (as of 31 December 2016):

- *SmartLink Rupiah Equity Fund* - total asset under management Rp8.46 trillion (up 23.7% yoy)
- *SmartLink Rupiah Balanced Fund* - total asset under management Rp2.45 trillion (up 4.0% yoy)
- *SmartLink Rupiah Fixed Income Fund* - total asset under management Rp989.92 billion (up 27.8% yoy).

Going forward, Allianz Life Indonesia will continue to develop new funds products that fill the fund management needs of customers. While 2016 was a year of optimism in Indonesia due to the well-conducted tax amnesty and stronger GDP performance, the outlook for 2017 remains uncertain due to continuing spill-over from political and economic events in Europe, China and the United States of America. With market fluctuations set to continue in 2017, Allianz Life Indonesia will remain diligent to provide customers good returns within chosen risk profiles.



Allianz Life Sharia

Kinerja 2016

Pada tahun 2016, industri syariah pada umumnya mengalami pertumbuhan positif, dengan Unit Bisnis Allianz Life Sharia yang berhasil menyumbang kinerja menggembirakan terkait premi dan polis. Pendapatan Premi Bruto tercatat tumbuh 14,4% menjadi Rp845,44 miliar dibandingkan 2015. Dana *Tabarru* juga meningkat hingga 29,0% menjadi Rp477,12 miliar di tahun 2016. Polis keseluruhan juga naik hingga 35,5% menjadi 32.519 polis di tahun 2016.

Untuk meningkatkan jumlah kualitas dan pengetahuan para agen penjualan syariah, Allianz melaksanakan rekrutmen khusus agen syariah dan pelatihan melalui media digital. Hal ini menghasilkan pertumbuhan agen yang menjual asuransi syariah dari 3.998 agen di tahun 2015 menjadi 5.470 agen di tahun 2016, pertumbuhan sebesar 36,8%. Di samping itu, Allianz Life Sharia juga mengadakan Seminar Motivasi Syariah, untuk mendorong kepercayaan diri dan semangat para agen dalam memperkenalkan asuransi syariah pada masyarakat umum.

2016 Performance

In 2016, the sharia industry in general experienced positive growth, with the Allianz Life Sharia Business Unit contributing an encouraging performance in terms of premiums and policies. GWP saw a growth of 14.4% to Rp845.44 billion, compared to 2015. Tabarru Fund also saw an increase of 29.0% to Rp477.12 billion in 2016. Total policies also increased by 35.5% to 32,519 policies in 2016.

In order to increase the number, quality and knowledge of sharia sales agents, the Allianz Care Sharia Business Unit conducted special recruitment of sharia agents as well as training via digital media. This resulted in the number of agents that sell sharia insurance growing significantly in 2016, from 3,998 agents in 2015 to 5,470 agents in 2016, a growth of 36.8%. In addition, Allianz Life Sharia also held Sharia Motivation Seminars, to boost the confidence and spirit of agents in introducing sharia insurance to the general public.

Fokus pada Nasabah

Mulai tahun 2016, seiring dengan menguatnya dana Allianz *Tabarru*, surplus prospektif akan dibagikan sebagai berikut: (i) dikembalikan pada Dana *Tabarru*; (ii) didistribusikan untuk para peserta yang memenuhi syarat secara pro-rata dalam bentuk unit investasi; (iii) dialokasikan untuk operator. Hal ini mencerminkan semangat Allianz untuk selalu memberikan nilai terbaik pada para nasabahnya yang mempercayai Allianz sebagai penyedia asuransi syariah mereka.

Sebuah pusat panggilan layanan nasabah syariah, Allianz Care Sharia, didirikan dengan nomor eksklusif: 1500 139. Inilah bagian dari komitmen Allianz Life Sharia untuk menyediakan layanan terbaiknya bagi para nasabah syariah dan memberikan dukungan pada jumlah nasabah yang makin bertambah.

Mengedukasi Masyarakat

Pada tahun 2016, Unit Bisnis Allianz Life Sharia menggelar sebuah seminar nasional dalam kerja sama dengan MES (Masyarakat Ekonomi Syariah) dan OJK (Otoritas Jasa Keuangan). Kedua lembaga tersebut memiliki status sebagai pengawas produk dan layanan asuransi syariah. Seminar nasional ini juga sebagai bentuk dari dukungan Allianz untuk program OJK dalam mempromosikan keuangan syariah, terutama asuransi syariah. Seminar-seminar diadakan secara nasional di lima kota di Indonesia antara bulan Maret dan September 2016, dengan jumlah peserta keseluruhan 1.302 peserta.

Allianz Life Sharia juga ikut serta dalam beragam acara-acara keuangan dan asuransi syariah di tingkat nasional dan internasional untuk memperkenalkan Takaful pada masyarakat umum.

Sharia Spin-off Law No. 40

Undang-Undang No. 40 disahkan pada akhir 2014, yang memberikan masa tenggang 10 tahun bagi perusahaan-perusahaan asuransi sebelum pemisahan wajib dari unit-unit asuransi syariah. Hingga saat itu, perusahaan-perusahaan asuransi bisa mengelola unit-unit asuransi syariah mereka dan unit-unit konvensional mereka secara bersamaan. Pemisahan tersebut bertujuan untuk memastikan bahwa perusahaan-perusahaan asuransi telah mengembangkan secara memadai unit-unit syariah mereka, dan bahwa mereka dalam kondisi yang layak dan patut untuk beroperasi sebagai unit-unit independen saat waktunya tiba.

Selama 2016, Unit Bisnis Allianz Life Sharia terus-menerus memperkuat operasi, pemasaran, dan kesadaran nasabah dalam kemudahan untuk Undang-Undang No. 40 tentang *spin-off*, tidak hanya untuk mematuhi semata-mata, tetapi juga memperlakukan Undang-Undang 40 sebagai nilai tambah untuk portofolio bisnis.

Customer Centricity

Starting in 2016, in line with the strengthening of the Allianz Tabarru fund, any prospective surplus will be shared as follows: (i) returned to the Tabarru fund; (ii) distributed to eligible participants, pro-rated in the form of investment units; (iii) allocated for operator. This reflects the Allianz spirit to always give the best value to its customers who trust Allianz as their sharia insurance provider.

A sharia customer service call center, Allianz Care Sharia, was set up with an exclusive number: 1500 139. This is part of the Allianz Life Sharia commitment to provide the best possible service to sharia customers and support the growing number of customers for sharia insurance products.

Educating The Public

In 2016, the Allianz Life Sharia Business Unit conducted a national seminar in cooperation with the MES (Islamic Economy Society) and the OJK (Financial Services Authority). Both the MES and OJK have status as overseers of sharia insurance products and services. This national seminar is also a part of the Allianz support for OJK's program of promoting sharia finance, especially sharia insurance. The seminars were held nationally in five cities throughout Indonesia between March and September 2016, with total attendance of 1,302 participants.

Allianz Life Sharia also participated in a variety of sharia insurance and finance events at both national and international levels to introduce Takaful to the general public.

Sharia Spin-off Law No. 40

Law No. 40 was enacted at the end of 2014, giving insurance companies a 10-year grace period before compulsory spin-off of sharia insurance units. Until that time, insurance companies can manage their sharia insurance units and their conventional units in tandem. The spin-off is to ensure that insurance companies have adequately developed their sharia units, and that they are in a fit and proper state to operate as independent units when the time comes.

Throughout 2016, the Allianz Life Sharia Business Unit continued to strengthen its operations, marketing, and customer awareness in readiness for the Law No. 40 Spin-Off, not only to purely comply, but to treat Law 40 as added value for the business portfolio.



Tinjauan Operasional

Operational Review

Allianz Life Indonesia terus mengembangkan inisiatif berbasis digital untuk memenuhi kebutuhan dan menawarkan pengalaman layanan lebih luas untuk nasabahnya. Inisiatif digital ini tidak hanya untuk lini depan, nasabah, dan tenaga pemasaran, tetapi juga untuk lini belakang guna memastikan Allianz Life Indonesia mampu menyediakan standar pelayanan terbaik di seluruh langkah perjalanan nasabah.

Di tahun 2016, Allianz Life Indonesia menawarkan kemudahan lebih untuk nasabahnya dalam membayar premi asuransi jiwanya melalui portal *online* yang aman dan mudah digunakan yang bernama eAZy Payment. Dengan menggunakan portal ini, nasabah tidak perlu lagi pergi ke bank atau kasir untuk membayar premi, tetapi tetap bisa menyelesaikan tugas rutin melalui perangkat *mobile* mereka, kapanpun dan di manapun. eAZy Payment menerima pembayaran *online* menggunakan baik kartu kredit atau kartu debit dengan Visa/Mastercard, JCB, atau Amex. Allianz Life bekerja sama dengan HaloDoc meluncurkan eAZy Med, layanan khusus untuk nasabah Allianz Life Indonesia untuk mendapatkan obat menggunakan sebuah aplikasi dengan cara yang cepat dan mudah. Melalui eAZy Med, nasabah bisa mendapatkan obat yang nantinya akan dikirimkan ke alamat mereka. Saat ini eAZy Med memiliki 1.000 apotek resmi di kota-kota besar di Indonesia, seperti Jakarta, Bandung, Surabaya, Denpasar, Makassar, Medan, Palembang, Semarang, Yogyakarta dan Balikpapan.

Inovasi berbasis digital tidak hanya dilakukan untuk para nasabah, tetapi juga untuk tenaga pemasaran yang melayani nasabah melalui proses penjualan. Allianz Life Indonesia telah membuat kemajuan untuk ASN Toolbox yang diluncurkan di 2014 untuk meningkatkan penggunaan. Di tahun 2016, versi terbaru ASN Toolbox mendapat sebuah peningkatan dalam hal *User Interface* agar lebih mudah digunakan dan *e-submission*

Allianz Life Indonesia continues to develop digital-based initiatives in order to meet the needs and offer a greater service experience of its customers. These digital initiatives are not only on the front end, for customers and sales forces, but also on the back-end to ensure Allianz Life Indonesia can provide the best standard of service throughout every step of the customers' journey.

In 2016, Allianz Life Indonesia offers more convenience for customers in paying their life insurance premiums through an online portal that is secure and easy to use called eAZy Payment. By using this portal, customers no longer have to go a bank or cashier to pay their premiums but can accomplish routine tasks through their mobile device, anytime and anywhere. eAZy Payment accepts online payment using either credit card or debit card with Visa/Mastercard, JCB or Amex. Allianz Life in cooperation with HaloDoc launched eAZy Med, a special service for Allianz Life Indonesia customers to get medicine using an application in the fast and convenient way. Through eAZy Med, customers can get medicine which will then be delivered to their address. Currently eAZy Med have a network of 1,000 authorized pharmacies in major cities in Indonesia, such as Jakarta, Bandung, Surabaya, Denpasar, Makassar, Medan, Palembang, Semarang, Yogyakarta and Balikpapan.

Digital-based innovations are not only done for customers, but also for the sales forces that serve customers through the sales process. Allianz Life Indonesia has made improvement to the ASN Toolbox, first launched in 2014, to improve usability. In 2016, the latest version of ASN Toolbox received an upgrade in terms of its User Interface to make it easier to use and a more efficient e-submission, making new policy

yang lebih efisien, membuat pengumpulan polis baru lebih cepat dan mudah diproses.

Sebagai tambahan, Allianz Life Indonesia juga meluncurkan ASN Life Changer *webpage*, *website* yang khusus digunakan untuk tim Sales yang berisi *Leads Management Tools*. *Website* ini membantu tenaga pemasaran untuk berkomunikasi dengan nasabah potensial untuk tindak lanjut yang mudah.

Untuk tenaga pemasaran *bancassurance*, Allianz Life telah berintegrasi dengan aplikasi berbasis digital yang merupakan proyek perdana di tahun lalu. Di tahun 2016, *toolbox* ini secara luas diterapkan sehingga tenaga pemasaran bisa membantu nasabah untuk mengidentifikasi kebutuhan asuransi mereka secara interaktif dan kemudian mengidentifikasi produk terbaik.

Saat ini, *toolbox* digunakan oleh tenaga pemasaran *bancassurance* di Maybank dengan nama MyToolBox dan di HSBC dengan nama Allianz Insight.

Untuk bagian operasional, Allianz Life Indonesia meningkatkan sistemnya agar mampu melayani nasabahnya lebih cepat dan lebih baik. Satu peningkatan yaitu aplikasi *host-to-host payment system* dengan Deutsche Bank untuk klaim di atas Rp250 juta. Dengan penggunaan *host-to-host payment*, nasabah menerima pembayaran klaim mereka lebih cepat tanpa menunggu beberapa hari.

Sebagai tambahan, Allianz Life Indonesia juga menambah kapasitas *Document Management Centre* dengan menyiapkan lokasi terpusat dan khusus, hal ini perlu dilakukan dengan mempertimbangkan meningkatnya volume bisnis di beberapa tahun terakhir. Dengan menggunakan teknologi dalam *Document Management Centre*, kapasitas Allianz Life Indonesia dalam memroses dokumen bisnis baru telah meningkat 50%, di antaranya termasuk memungkinkan polis baru diterbitkan dalam 6 hari kerja dari sebelumnya 7 hari kerja, berkat pengenalan sistem *barcode* untuk nomor polis. Sistem *Document Management Centre* Allianz memungkinkan pengembangan lebih lanjut untuk memenuhi kebutuhan bisnis Allianz Life Indonesia yang terus berkembang dan nasabahnya.

Untuk menyediakan nasabah Allianz Life dengan cara yang lebih nyaman untuk berinteraksi dengan Allianz, di tahun 2016 Allianz mengubah *call center* menjadi Allianz Care dengan nomor yang lebih mudah diingat, 1500-136. Pelayanan Allianz Care secara terpusat ini termasuk untuk nasabah asuransi jiwa, kesehatan, dan umum. Allianz Life Sharia juga memperkenalkan nomor khusus 1500-139 yang dinamakan Allianz Care Sharia untuk memenuhi kebutuhan nasabah syariah.

Untuk nasabah asuransi jiwa, waktu layanan untuk nasabah bisa berbicara langsung dengan petugas *customer service* telah diperpanjang dari jam 08.00 – 20.00 dari sebelumnya hanya sampai jam 17.00 untuk menawarkan layanan yang lebih baik. Dari *medical hotline* dan informasi pada asuransi umum, layanan pribadi disediakan 24 jam, sebagai cerminan dari komitmen kami untuk terus menyediakan layanan terbaik untuk seluruh nasabah di manapun dan kapanpun.

submissions faster and easier to process.

In addition, Allianz Life Indonesia also launched the ASN Life Changer webpage, a dedicated website for the Sales Forces that contains Leads Management Tools. This website helps sales force to get in touch with potential customers for easy follow-up.

For the bancassurance sales force, Allianz Life has integrated a digital based application that was a pilot project last year. In 2016 this toolbox was broadly implemented so that sales forces can help customers to identify their insurance needs interactively and then identify the best product.

Currently, the toolbox is used by bancassurance sales force in Maybank with the name of MyToolBox and in HSBC under the name Allianz Insight.

For the back-end, Allianz Life Indonesia enhanced its system in order to be able to serve customers faster and better. One improvement is the application of a host-to-host payment system with Deutsche Bank for claims above Rp 250 million. With the use of the host-to-host payment, customers receive their claims payments faster without waiting several days.

In addition, Allianz Life Indonesia also increased its Document Management Centre capacity by establishing a centralized and dedicated location, a needed step considering the increases of business volumes in recent years. By using the technology within this Document Management Centre, Allianz Life Indonesia new business document processing capacity has increased by 50%, which among features allows new policies to be issued in 6 working days from previously 7 working days, in part by introduction of a barcode system for policy numbers. The Allianz Document Management Centre systems will allow for further develop to meet the ever growing business needs of Allianz Life Indonesia and its customers.

To provide Allianz Life customers with more convenient ways to interact with Allianz, in 2016 Allianz rebranded its call center to Allianz Care with an easier number to remember, 1500-136. This centralized Allianz Care caters to life, health and general insurance customers. Allianz Life Sharia also introduced a dedicated number 1500-139 called Allianz Care Sharia to cater for sharia customer inquiries.

For life insurance customers, service hours for customer to speak directly with a customer service officer have been expanded from 8 am to 8 pm from initially only to 5 pm to offer greater service. For the medical hotline and information on general insurance, personal service is provided 24 hours, reflecting our commitment to always provide the best service to all of our customers, anytime and anywhere.

Produk

Products



LIFE INSURANCE

Allianz Star Network (ASN)

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

In order to provide excellent sales and after sales service, Allianz Indonesia is supported by trained agents who have obtained their license from AAJI, as well as Customer Service Point and Independent Marketing Offices spread across Indonesia. Here is a selection of unit link products marketed through ASN. Some of which are available in sharia version to accommodate customers' needs.

SmartLink Flexi Account Plus

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

SmartLink Flexi Account Plus

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

SmartLink New Flexi Account

Memberikan manfaat asuransi sekaligus investasi dengan pembayaran premi berkala yang memberikan perlindungan yang komplit bagi setiap nasabah. Produk ini juga tersedia versi syariah, Allisya Protection.

SmartLink New Flexi Account

Provides insurance and investment benefits with regular premium payments that provide investment protection and complete financial solutions for policy holder. Also available in sharia, Allisya Protection.

SmartLink Maxi Fund Plus

Merupakan produk unit link dengan pembayaran premi sekaligus yang memberikan manfaat investasi yang maksimal disertai juga dengan perlindungan jiwa untuk pemegang polis. Produk ini juga tersedia dalam versi syariah, Allisya Maxi Fund Plus.

SmartLink Maxi Fund Plus

A unit-link product with single premium payment that provides maximum investment benefits coupled with life protection for policy holder. Also available in sharia, Allisya Maxi Plus Fund.

TASBIH

Produk tabungan asuransi jiwa syariah berjangka pertama di Indonesia untuk perencanaan biaya ibadah haji dan umroh yang akan memberikan kepastian manfaat tahapan dana sesuai tahun usia polis yang ditentukan untuk membantu nasabah mempersiapkan rencana ibadah haji dan umroh, yang juga dilengkapi dengan manfaat evakuasi medis.

TASBIH

This is the first sharia term life saving insurance product in Indonesia for hajj and umrah fund planning which offers assurance in funding according to the set policy age to support customers in preparing a hajj and umrah plan. It also incorporates a medical evacuation benefit.



HEALTH

Allianz Life Bancassurance

Allianz Life Indonesia bekerja sama dengan bank lokal maupun bank asing untuk memberikan nasabah dengan produk asuransi yang disesuaikan dengan kebutuhan nasabah. Saat ini, mitra bank yang bekerja sama dengan Allianz yaitu: HSBC, Bank Ekonomi, BTPN, ANZ Bank dan Maybank Indonesia.

Allianz Life Indonesia cooperates with both domestic and foreign bank partners to provide the customers with insurance products that meet their needs. Currently, Allianz Life Indonesia bank partners are: HSBC, Bank Ekonomi, BTPN, ANZ Bank and Maybank Indonesia.

1. Produk-produk Unit Link

a. Unit Link Premi Berkala

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

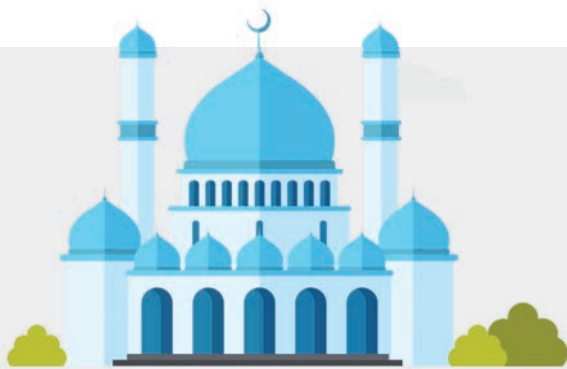
- *Front End Positive Allocation*
Produk unit link dengan alokasi premi yang sudah terbentuk sejak tahun pertama polis aktif. Asuransi ini sangat cocok untuk mereka yang mengutamakan proteksi dalam kehidupannya.
- *Hybrid*
Produk unit link dengan alokasi premi yang optimal di mana di tahun pertama pembayaran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

1. Unit Link Products

a. Regular Premium Unit Link

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

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



Manfaat Tambahan (*Rider*)

Accidental Death & Disablement Benefit

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

Term Life

Perlindungan terhadap risiko kematian dengan penambahan jumlah jiwa tertanggung pada jumlah dasar tertanggung.

Critical Illness Plus/CI Accelerated

Perlindungan terhadap 49 jenis penyakit kritis di mana terdapat dua pilihan sesuai dengan kebutuhan nasabah. Manfaat dapat dibayarkan tanpa mengurangi manfaat asuransi dasar untuk CI plus. Sedangkan CI Accelerated memiliki periode perlindungan yang lebih panjang yaitu untuk 85 tahun.

CI 100

Merupakan manfaat tambahan yang memberikan perlindungan terlengkap terhadap 100 kondisi penyakit kritis. Perlindungan terhadap Tertanggung dimulai dari kondisi awal (*early CI*) sampai dengan kondisi akhir (*advanced CI*). Perlindungan mencakup hingga kondisi terparah sekalipun. Selain itu, Tertanggung akan mendapatkan perlindungan hingga usia 100 tahun dan memiliki tiga manfaat tambahan (*diabetic complication, angioplasty & catastrophic*) yang akan menjadi tambahan uang pertanggunganan CI.

Total Permanent Disability/TPD Accelerated

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

Accidental Death & Disablement Benefit

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

Term Life

Protection against the risk of death with additional life sum assured on top of basic sum assured.

Critical Illness Plus/CI Accelerated

Protection against 49 types of critical illnesses with 2 options to suit the needs of the customer. The benefits will be paid without reducing the basic insurance benefit for CI Plus. Whilst CI Accelerated has longer protection period which is 85 years old.

CI 100

*The most comprehensive protection benefits that cover 100 conditions of critical illness. In addition to the inclusion of more critical illnesses, the protection of the insured starts from the early stage to the advanced stage. The protection extends even to the most critical condition. The insured will be protected until the age of 100 years old and has three additional benefits (*diabetic complication, angioplasty & catastrophic*) that will be paid as additional bonus for CI sum insured.*

Total Permanent Disability/TPD Accelerated

Protection against Total Permanent Disability due to illness or accident, with 2 options to suit the customer's needs. The benefits will be paid without or by reducing the Basic Insurance Benefits.



MICROINSURANCE

Payor Protection/Spouse Payor Protection

Manfaat yang menawarkan pembebasan premi dan Allianz akan melanjutkan premi tersebut sampai seolah-olah berusia 65 tahun, jika pemegang polis/pasangan pemegang polis meninggal dunia.

Payor Protection/Spouse Payor Protection

Benefits that offer premium exemption and Allianz will continue the Premium until the age of 65 years old, if the Policyholder/Spouse of the Policyholder dies.

Payor Benefit/Spouse Payor Benefit

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

Payor Benefit/Spouse Payor Benefit

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

Flexicare Family

Perlindungan terhadap risiko kesehatan berupa untuk nasabah dan keluarganya yang menanggung perawatan inap dan risiko kecelakaan. Manfaat pembayaran tunai akan dibayarkan dalam bentuk skema *reimbursement* yang dapat digunakan untuk penggantian biaya rawat inap selama dirawat di rumah sakit.

Flexicare Family

Protection against health risks for the customers and their families which covering inpatient care and accident risk. The daily cash benefit will be paid in reimbursement scheme that can be used for income replacement during your hospitalization.

Hospital and Surgical Care Plus

Perlindungan terhadap kesehatan dalam bentuk manfaat rawat inap dan manfaat tindakan bedah, serta manfaat tambahan lainnya seperti perawatan kanker, fisioterapi, dan cuci darah. Untuk kenyamanan, produk menyediakan fasilitas tanpa biaya tunai (*cashless*) di jaringan rekanan dan cara penggantian (*reimbursement*) untuk non-rekanan.

Hospital and Surgical Care Plus

Comprehensive health protection which provide hospitalization and surgical benefits, as well as additional benefits such as cancer treatment, physiotherapy, and dialysis. For your convenience, the product provides a cashless facility for network provider and reimbursement for non-network provider.

HEALTH INSURANCE

Individual Health Insurance

SmartHealth Maxi Violet

Asuransi kesehatan yang memberikan manfaat yang tepat bagi Anda dan keluarga (bila diikutsertakan) dengan premi yang kompetitif dari rawat inap, rawat jalan, gigi, dan kehamilan. Menyediakan fasilitas tanpa tunai untuk rawat inap dan perawatan kehamilan dan pilihan *co-share* untuk rawat jalan dan rawat gigi. Tersedia juga dalam bentuk syariah, AlliSya Care.

SmartMed Premier

Asuransi kesehatan yang komprehensif dengan jangkauan seluruh dunia yang menyediakan pilihan manfaat rawat jalan, kehamilan, dan manfaat gigi. Lebih lanjut, perlindungan juga dilengkapi dengan manfaat *lump sum* seperti kemoterapi, hemodialisis, biaya pemakaman, evakuasi darurat & repatriasi, dan manfaat pilihan lainnya sebagai solusi pembayaran fasilitas kesehatan bagi Anda.

SmartHealth Maxi Violet

A health insurance that provides the right benefits for you and your family (if included) with competitive premium and offer complete benefits from inpatient, outpatient, dental and maternity. Providing cashless facility for inpatient and maternity treatment and co-share options for outpatient and dental benefits. Also available in sharia, AlliSya Care.

SmartMed Premier

A comprehensive health insurance with worldwide coverage that provides hospitalization benefit as well as optional benefit outpatient, maternity, and dental benefit. Furthermore, the protection is equipped with lump sum benefit such as chemotherapy, hemodialysis, funeral expense, emergency evacuation and repatriation, and other optional benefits such as a payment method facility for your health protection.

Group Health Insurance

SmartHealth Group

Program asuransi untuk partisipan kelompok yang tak hanya menyediakan perlindungan kesehatan untuk karyawan dan keluarganya, namun juga memberikan manfaat untuk rawat inap, rawat jalan, kehamilan, gigi dan manfaat kacamata. Tersedia dalam tiga pilihan yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan layanan kesehatan dan anggaran Perusahaan untuk perawatan kesehatan karyawannya, yaitu: SmartHealth Classic Premier, SmartHealth Blue Sapphire dan SmartHealth Light Titanium.

SmartSavings Advanced

SmartSavings Advanced adalah produk tabungan yang memberikan manfaat perlindungan untuk mempersiapkan pensiun.

SmartHealth Group

Health insurance program for group participants that not only provides benefits if the employee or family gets sick, but also benefits that range from inpatient, outpatient, maternity, dental and spectacles benefit. Available in three choices tailored to health service requirements and the Company's budget for employee health care: SmartHealth Classic Premiere, SmartHealth Blue Sapphire and SmartHealth Light Titanium.

SmartSavings Advanced

SmartSavings Advanced is a saving product that provides protection benefits for pension preparation.



Microinsurance

- **SEKOCI**
 Produk asuransi mikro yang memberikan manfaat berupa santunan tunai apabila peserta meninggal dunia karena sakit atau kecelakaan, dikemas dalam bentuk kartu SIM dengan fasilitas *e-money* untuk memudahkan tertanggung dalam memperpanjang perlindungan dan memberikan nilai tambah.
- **Payung Keluarga**
 Produk asuransi mikro yang memberikan perlindungan asuransi jiwa kredit apabila peserta (debitur) meninggal dunia karena sakit atau kecelakaan selama jangka waktu kredit. Manfaat yang diterima antara lain, jika si peminjam kredit meninggal dunia maka sisa pinjaman yang masih ada akan dibayarkan oleh Allianz Life Indonesia. Kelebihan produk ini adalah manfaat yang diterima oleh ahli waris yaitu sebesar dua kali dari jumlah pinjaman sebagai tambahan yang dibayarkan.
- **Payung PerlindunganKu**
 Produk asuransi mikro yang memberikan manfaat berupa santunan tunai apabila peserta meninggal dunia karena kecelakaan atau mengalami cacat tetap karena kecelakaan.
- **Payung KesehatanKu**
 Produk asuransi mikro yang memberikan manfaat berupa santunan tunai harian apabila peserta dirawat inap di rumah sakit.
- **Payung RumahKu**
 Produk asuransi mikro yang memberikan manfaat berupa santunan tunai apabila rumah tinggal peserta mengalami musibah kebakaran dan tambahan santunan apabila kebakaran tersebut menyebabkan peserta meninggal dunia.
- **SEKOCI**
 A microinsurance product that provides cash benefit if the insured dies due to illness or accident. This product is packaged as a SIM Card with *e-money* feature in it to make it easier for the insured to renew their protection and provide added value.
- **Payung Keluarga**
 A microinsurance product that provides credit life insurance protection if the participant (debtor) dies of illness or accident during the credit period. The benefits include, among others, if the borrower dies then the remaining loan will be paid off by Allianz Life Indonesia. The advantage of this product is that the benefit received by the beneficiary is twice the amount of the loan as additional amount paid.
- **Payung PerlindunganKu**
 A microinsurance product that provides a cash benefit if the participant dies or has permanent disability because of accident.
- **Payung KesehatanKu**
 A microinsurance product that provides health protection for the participant in the form of hospitalization benefit and cash benefit if the participant dies because of illness or accident.
- **Payung RumahKu**
 A microinsurance product that provides cash benefit if the participant's residence catches fire and an additional benefit if the fire causes the death of the participant.

Investment Fund

Allianz Indonesia menyediakan 56 *life fund* bagi nasabah, dengan 17 di antaranya berupa unit link *fund* yang dijual secara aktif melalui jalur distribusi keagenan dan *bancassurance*. Nasabah dapat memilih *fund* yang memenuhi profil risiko dan kondisi pasar. Secara regular setiap tahun Perusahaan mengirimkan laporan kinerja *fund* unit link secara langsung kepada nasabah, agar mereka dapat memonitor perkembangan investasinya.

Allianz Indonesia offers 56 life funds for customers, 17 of which are unit link funds that are actively sold through the agency and bancassurance channels. Customers may select from funds that cater all risk profiles and market conditions. The Company regularly sends a unit link fund annual report directly to customers so that they are able to monitor their investment performance.



Tati

Penerima Manfaat Program SEKOCI
SEKOCI Program Beneficiary

“Saya mengikutsertakan suami sebagai nasabah Asuransi Sekoci melalui Koperasi dengan premi sebesar Rp35.000 setahun. Tidak menyangka bulan lalu suami saya meninggal dunia. Proses pengurusan klaim sangat mudah dan cepat, dibantu petugas koperasi. Saya mendapatkan santunan sebesar Rp3 juta. Saya akan memanfaatkan santunan ini untuk menambah modal berjualan buah yang sekarang menjadi mata pencaharian utama keluarga kami setelah suami tidak ada.”

“I registered my husband as an insured of Sekoci Insurance through Cooperative with the annual premium amount of Rp35,000. I never thought last month my husband passed away. I found the claim handling process very convenient and fast, with the assistance of the cooperative officer. I received a sum assured of Rp3 million. I will use the money as an additional capital for my greengrocer business from which my family is making our ends meet after my husband is gone.”

Functional Overview

Perusahaan membangun “Budaya Kinerja Tinggi” di semua unit kerjanya, dari level tertinggi hingga yang terendah untuk mendorong kinerja para karyawan yang lebih kompeten dan produktif.

The Company builds a “High Performance Culture” in all work units, from the highest level to the lowest in order to encourage more competent and productive employee performances.







Sumber Daya Manusia: Peluang Masa Depan

Human Resources: Opportunities for Tomorrow

Budaya Kinerja Tinggi

Allianz Life Indonesia merupakan perusahaan berbasis kinerja tinggi. Perusahaan membangun sebuah “Budaya Kinerja Tinggi” di semua unit kerjanya, dari level tertinggi hingga yang terendah untuk mendorong kinerja para karyawan yang lebih kompeten dan produktif. Pendekatan ini diambil karena Perusahaan memandang para karyawan sebagai aset berharga dalam mencapai visinya. Dengan adanya Budaya Kinerja Tinggi, para karyawan didorong untuk senantiasa meningkatkan kemampuan dan keefektifan kerja mereka. Melalui upaya ini, mereka yang memiliki bakat terbaik akan muncul.

People Attributes

Diluncurkan pada tahun 2016, People Attributes merupakan serangkaian nilai yang harus dimiliki semua karyawan Allianz dan selaras dengan jalan menuju perubahan dalam perilaku para karyawan Allianz. Peluncuran resmi ‘People Attributes’ diadakan saat Town Hall Meeting, 26 Juli 2016 yang disampaikan oleh CEO Allianz Life Indonesia dan Allianz Utama kepada seluruh staff.

People Attributes merupakan kunci dalam mempengaruhi perubahan nyata di Allianz, karena perubahan positif hanya bisa diwujudkan dengan menjalankan “Budaya Kinerja Tinggi”. Allianz sangat sadar bahwa “Manusia” dan “Kinerja” mampu memberikan perbedaan dan peluncuran “People Attributes” merupakan awal dari perjalanan yang panjang dan akan membuahkan hasil bagi semua orang di Allianz untuk mencapai keberhasilan bersama-sama.

People Attributes meliputi *Trust; Customer & Market Excellence; Collaborative Leadership; dan Entrepreneurship.*

Dalam rangka meneruskan sosialisasi lebih lanjut People Attributes kepada para karyawan, kegiatan-kegiatan seperti lomba video staf dan

High Performance Culture

Allianz Life Indonesia is a high performance-based organization. The Company builds a “High Performance Culture” in all work units, from the highest level to the lowest in order to encourage more competent and productive employee performances. This approach is taken as the Company sees employees as the most valuable asset in achieving its vision. With the creation of a High Performance Culture, employees are encouraged to continuously increase their capabilities and effectiveness, as well as their competitiveness. Through this effort, those with the best talents will rise.

People Attributes

Launched in 2016, People Attributes is a set of values that all Allianz employees must have and is square one on the road to a change in behavior of Allianz employees. The official launch was held in the Town Hall Meeting on 26 July 2016 and hosted by the CEOs of Allianz Life Indonesia and Allianz Utama who addressed all staff.

People Attributes is key to effecting real change in Allianz, as positive change can only be realized by nurturing a High Performance Culture. Allianz is well aware that “People” and “Performance” make a difference and the launch of People Attributes is the just beginning of a long and fruitful journey for everyone at Allianz to reach success together.

People Attributes comprises Trust; Customer & Market Excellence; Collaborative Leadership; and Entrepreneurship.

In order to further socialize People Attributes to employees, activities such as staff video competitions and interactive on-the-ground events

acara-acara tatap muka interaktif dengan diikuti seluruh kantor dan kantor cabang diadakan untuk memperkenalkan agenda perubahan ini. People Attributes berjalan selaras dengan proposisi nilai bagi karyawan "Home for Those Who Dare" dan akan menjadi dasar bagi manajemen kinerja karyawan, yang memastikan setiap orang bersungguh-sungguh mewujudkan dan mengamalkan nilai-nilai ini setelah pelaksanaan penuh di tahun 2017.

Perekrutan

Proses perekrutan berbasis kompetensi membantu memastikan bahwa setiap kandidat karyawan yang lolos memiliki kemampuan bekerja dan etika kerja terbaik. Perusahaan menyediakan kesempatan kepada para karyawan untuk menyumbangkan gagasan dan inisiatif yang bisa memberikan dampak positif. Para karyawan Allianz Life Indonesia dapat melanjutkan pengembangan diri mereka dan memaksimalkan potensi mereka.

Saat merekrut, Allianz memfokuskan pada kualitas dan memastikan bahwa kandidat karyawan tersebut mampu mewujudkan nilai-nilai Perusahaan. Seluruh Manajer Perekrut menerima pelatihan mengenai cara melaksanakan wawancara yang efektif dan mengevaluasi hasilnya, semua untuk memastikan bahwa kandidat yang terpilih adalah yang tepat. Pada tahun 2016, pelatihan dan seluruh proses terkait proses perekrutan telah dilakukan pada tingkat CEO dan manajemen senior.

Pada tahun 2017, pelatihan ini juga akan diterapkan pada semua tingkatan manajerial. Pelatihan ini juga dilaksanakan untuk membangun citra positif dan profesional tentang Allianz di mata pegawai baru pada saat proses perekrutan, untuk menarik kandidat-kandidat terbaik di masa mendatang.

My First 95 Days in Allianz

Untuk meningkatkan daya saing dan kesadaran terhadap *brand* Allianz saat menerima karyawan baru, di tahun 2016 Perusahaan memperkenalkan sebuah program baru, "My First 95 Days in Allianz". Program ini bertujuan untuk memberikan pengalaman yang menyenangkan kepada para pegawai baru di awal mereka bekerja. Program ini dikembangkan dari program serupa yang sudah dilaksanakan di tingkat grup dan regional. Tujuan program ini ialah: untuk meningkatkan keterlibatan karyawan baru; untuk membangun kepercayaan dengan tim dan para pemimpin; serta meningkatkan kemampuan beradaptasi.

Program ini memastikan bahwa para karyawan baru memiliki seluruh keterampilan dan pemahaman yang mendukung sebelum bergabung sehingga mereka dapat bekerja dengan baik sejak hari pertama bergabung. Para karyawan baru akan didampingi oleh seorang "teman" untuk membantu mereka menyesuaikan diri dan mengenal Allianz lebih dekat. Para karyawan baru juga akan menghadiri rapat dan diskusi

with participation from all offices and branch offices were held to introduce this change agenda. People Attributes runs parallel with the Company's employee values proposition "Home for Those Who Dare", and will become the basis for employee performance management, ensuring everyone truly lives and breathes these values after full implementation in 2017.

Recruitment

The Company's competency-based recruitment process helps ensure that every candidate who passes has the best work ethic and performance capabilities. The Company provides an opportunity for employees to contribute ideas and initiatives that can have positive impacts. Allianz Life Indonesia employees can continue to develop themselves and maximize their potentials.

When recruiting, Allianz focuses not only on the candidate's quality but also on finding candidates who will live up to the People Attributes. All the Hiring Manager receive interviewing training skills on how to conduct effective interviews and assess accordingly to ensure that the right candidate is hired. In 2016, this training and associated processing was done for the CEO and senior management levels.

In 2017, this training skills will be implemented to all managers level. This training program was also conducted to give Allianz a more positive and professional image in the eyes of new hires during the recruitment time in order to attract the best candidates into the future.

My First 95 Days in Allianz

To further increase competitiveness and Allianz brand awareness when accepting new hires, in 2016, the Company introduced a new onboarding program, "My First 95 Days in Allianz". This program aims to give new hires a more favorable experience during their early days of employment. This program was adopted from both group and regional levels. The program's objectives are: to increase new employees' engagement; to build up trust with the team and leaders; and to increase adaptability.

The program ensures that new hires have all the supporting understanding and skills before joining so that he/she can perform well from day one. The new employee will have a "buddy" assigned to him/her to help with settling in and get to know Allianz better. New hires will also attend regular meetings and discussions with HR, so that HR can get to know about their initial experience and resolve any issues that may have

rutin dengan Human Resources (HR), sehingga HR bisa mengetahui pengalaman mereka lebih mendalam dan memecahkan permasalahan yang mungkin muncul. Para karyawan baru juga bisa memberikan masukan mengenai pengalaman pertama bekerja berdasarkan pada *Net Promoter Score* (NPS). Hal ini mencakup masukan untuk tim HR serta Manajer dan Departemen mereka sendiri.

Allianz Indonesia Corporate University

Didirikan pada tahun 2008, AICU merupakan suatu pusat pendidikan dan pelatihan dalam rangka mengembangkan pengetahuan dan keterampilan bagi karyawan dan staf penjualan Allianz Indonesia. Program-program pendidikan AICU merupakan bagian dari strategi jangka panjang Perusahaan untuk mencapai visi Perusahaan.

Program ini berfokus pada bagaimana peserta mendapatkan pengetahuan yang luas dan terperinci mengenai asuransi secara umum, serta pengetahuan mengenai produk dan layanan Allianz Life Indonesia.

Pada tahun 2016, AICU terus menjalankan program-program *soft skills*, seperti teknik presentasi, negosiasi, membangun hubungan, dan menghadapi nasabah. Keterampilan-keterampilan ini dipandang penting saat berhadapan dengan nasabah dan mitra bisnis. Fokus ini didasarkan pada kesadaran akan meningkatnya tanggapan nasabah yang makin kritis. Komitmen Allianz ialah menyajikan layanan yang tidak hanya dari hati, tetapi juga kemampuan untuk menghadirkan solusi-solusi cepat dan akurat untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan nasabah.

Di samping nasabah, salah satu hal terpenting dalam pelatihan yang diadakan AICU di tahun 2016 ialah kepemimpinan. Allianz menekankan pada pengembangan kepemimpinan di seluruh organisasi karena dengan memiliki para pemimpin yang hebat, Allianz dapat menjaga dan mengembangkan komitmennya dalam penyediaan layanan berkualitas tinggi, untuk mempertahankan keberhasilan Allianz di masa mendatang. Inilah mengapa pelatihan kepemimpinan akan terus dikembangkan pada tahun 2017.

Di samping itu, AICU juga fokus pada pengembangan dan konsolidasi internal pada tahun 2016 serta pengembangan kerangka kerja pelatihan baru untuk tahun 2017.

cropped up. New hires can also offer feedback on their on-boarding experience based on Net Promoter Score (NPS). This includes feedback for the HR team and for their own Manager and Department.

Allianz Indonesia Corporate University

Established in 2008, AICU is a center for education and training to develop the knowledge and skills for the talent of Allianz Indonesia's employees and sales forces in Indonesia. AICU education programs are just part of Company long term strategy to achieve the Company vision.

The program focuses on having the participants to gain broad and detailed technical knowledge of insurance in general, as well as of Allianz Life Indonesia products and services specifically.

In 2016, AICU also continued to run soft skills programs, such as presentation techniques, negotiating, building relationships, and facing customers. These skills are deemed to be essential when dealing with customers and business partners. This focus was based on an awareness of the increasingly critical customer responses. Allianz's commitment is to provide service that is not just from the heart, but from an ability to come up with swift and accurate solutions to meet customer needs.

Besides customers, one of the highlights of training provided by AICU in 2016 is leadership. Allianz places emphasis on developing leadership throughout the organization, because by having great leaders, Allianz can maintain and grow its commitment to provide service excellence, safeguarding Allianz's success in the future. That is why leadership training will be further developed in 2017.

In addition, AICU also focused on internal development and consolidation in 2016, as well as development of a new training framework for 2017.

Jumlah Karyawan Allianz Life Indonesia

Number of Employees of Allianz Life Indonesia

	2015	2016
Allianz Life Indonesia	955	1,011
Total	955	1,011

Jumlah Karyawan Allianz Life Indonesia Berdasarkan Pendidikan

Number of Employees of Allianz Life Indonesia by Education

Tingkat Pendidikan/Level of Education	2015	2016
Allianz Life Indonesia S2/Masters	58	71
S1/Bachelors	650	694
Diploma/Diploma	194	197
Setingkat SMA/Up to High School	53	49
Total	955	1,011

Jumlah Karyawan Allianz Life Indonesia Berdasarkan Jenis Kelamin

Number of Employees of Allianz Life Indonesia by Gender

Jenis Kelamin/Gender	2015	2016
Allianz Life Indonesia Pria/Male	481	510
Perempuan/Female	474	501
Total	955	1,011

Jumlah Karyawan Allianz Life Indonesia Berdasarkan Lama Bekerja

Number of Employees of Allianz Life Indonesia by Years of Service

Masa Kerja/Level of Education	2015	2016
Allianz Life Indonesia 0-<5	600	605
5-<10	149	197
> 10	206	209
Total	955	1,011

Jumlah Karyawan Allianz Life Indonesia Berdasarkan Jenjang Jabatan

Number of Employees of Allianz Life Indonesia by Grade Level

Nama Jabatan/Grade Name	2015	2016
Allianz Life Indonesia Manajemen Tk. Atas/Top Management	32	30
Manajemen/Management	191	214
Asisten Manajer/Assistant Manager	140	180
Supervisor/Supervisor	201	201
Karyawan/Officer	391	386
Total	955	1,011

Manajemen Allianz Life Indonesia

Allianz Life Indonesia Management



Ginawati Djuandi
Chief Agency Officer
Chief Agency Officer



Cheung Chi Ming
Chief Operation Officer
Chief Operation Officer



Ng Lee Meng
Chief Legal and Compliance Officer
Chief Legal and Compliance Officer



Kiswati Soeryoko
Chief of Sharia & Corporate Communications
Chief of Sharia & Corporate Communications



Karin Zulkarnaen
Head of Market Management
Head of Market Management



Juanita Wibowo
Head of Human Resources
Head of Human Resources



Oktavia Yanti
Head of Internal Audit
Head of Internal Audit



Soon Nyeon Chin
Chief of Actuary
Chief of Actuary

Good Corporate Governance

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

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



- 78 Kebijakan Tata Kelola Perusahaan yang Baik
Good Corporate Governance Policies
- 80 Audit Internal
Financial Review
- 81 Manajemen Resiko
Risk Management
- 87 Manajemen Modal
Capital Management





TATA KELOLA PERUSAHAAN *GOOD CORPORATE GOVERNANCE*

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

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

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

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

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

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

Struktur Tata Kelola Perusahaan yang Baik terdiri dari Rapat Umum Pemegang Saham, Dewan Komisaris dan Direksi. Pembagian tugas di antara ketiga organ ini dituangkan dalam Undang-undang No. 40 Tahun 2007 mengenai Perseroan Terbatas, Anggaran Dasar Perusahaan, dan peraturan-peraturan lainnya.

1. Dewan Komisaris

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

Struktur Dewan Komisaris adalah sebagai berikut:

PT Asuransi Allianz Life Indonesia:

Komisaris Utama	: Heinz Walter Dollberg
Komisaris Independen	: Arif Firman
Komisaris Independen	: Dr. Ahmad Junaedy Ganie

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

a. Komite Audit

Komite Audit bertugas membantu Dewan Komisaris dalam memantau dan memastikan efektivitas sistem pengendalian internal dan pelaksanaan tugas auditor internal dan auditor eksternal dengan melakukan pemantauan dan evaluasi atas perencanaan dan pelaksanaan audit dalam rangka menilai kecukupan pengendalian internal termasuk proses pelaporan keuangan.

b. Komite Manajemen Risiko

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

2. Direksi

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

Struktur Direksi adalah sebagai berikut:

PT Asuransi Allianz Life Indonesia:

Direktur Utama	: Joachim Wessling
Direktur	: Todd Swihart
Direktur	: Meylindawati
Direktur	: Alan Jonathan Tangkas Darmawan*

* Mengundurkan diri per tanggal 17 Februari 2017

The structure of Good Corporate Governance comprises General Meetings of Shareholders, Board of Commissioners and Board of Directors. The division of tasks among these three organs is set in Law 40 2007 on Limited Liability Companies, the Company's Articles of Association, and other regulations.

1. The Board of Commissioners

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

The structure of the Board of Commissioners is as follows:

PT Asuransi Allianz Life Indonesia:

President Commissioner	: Heinz Walter Dollberg
Independent Commissioner	: Arif Firman
Independent Commissioner	: Dr. Ahmad Junaedy Ganie

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

a. Audit Committee

The Audit Committee is assigned to assist Board of Commissioners in monitoring and ensuring the effectiveness of internal monitoring system and implementation of internal and external auditor duties by conducting supervision and evaluation of planning and realization of audit in order to assess the sufficiency of internal control including financial reporting processes.

b. Risk Management Committee

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

2. Board of Directors

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

The structure of the Board of Directors is as follows:

PT Asuransi Allianz Life Indonesia:

President Director	: Joachim Wessling
Director	: Todd Swihart
Director	: Meylindawati
Director	: Alan Jonathan Tangkas Darmawan*

* Resigning as of 17 February 2017.

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

Komite Investasi

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

Komite Pengembangan Produk

Komite Pengembangan Produk bertugas untuk menyusun rencana strategi pengembangan dan pemasaran produk asuransi sebagai bagian dari rencana strategis kegiatan usaha Perusahaan, mengevaluasi kesesuaian produk asuransi baru yang akan dipasarkan dengan rencana strategis pengembangan dan pemasaran produk asuransi, serta mengevaluasi kinerja produk asuransi dan mengusulkan perubahan atau penghentian pemasaran produk.

Komite Integritas

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

Tugas Komite Integritas adalah:

1. Menjaga pemahaman tentang undang-undang dan peraturan yang berlaku mengenai program kepatuhan perusahaan dan standar integritas terkait,
2. Berhubungan dengan fungsi lain yang terkait (Audit, Risk, Legal, Komunikasi, Human Resource) dan pemantauan bersama-sama kegiatan terkait korupsi, penipuan dan kontak pengaduan,
3. Menjaga pemahaman tentang risiko perilaku yang melanggar hukum dan tidak etis dari Allianz Group - mendukung dan memvalidasi Penilaian Risiko Kepatuhan (misalnya korupsi dan kecurangan),
4. Menginvestigasi dan/atau mengkoordinasi kasus Kontak Pengaduan. Mengkaji komunikasi dan memastikan bahwa tindakan yang tepat akan dilakukan - termasuk pelaporan atas kasus kontak pengaduan ke Regional dan Grup,
5. Memastikan tindak lanjut atas kajian dan investigasi (remediasi),
6. Menerima dan mengkaji informasi/laporan atas kasus kontak pengaduan untuk mengidentifikasi kelemahan proses integritas dan menganalisis apakah sistem pengendalian internal perlu ditingkatkan, dan
7. Memastikan bahwa tindakan disipliner atas pelanggaran sudah sesuai, konsisten, dan dijalankan sesuai peraturan.

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

Investment Committee

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

Product Development Committee

Product Development Committee is assigned to devise a development strategy plan and insurance product marketing as parts of the Company's business activity strategic plan, to evaluate new insurance products compatibility which are to be marketed soon with the development strategic plans and insurance product marketing, as well as to evaluate insurance product performance and to propose changes or cessation of product marketing.

Integrity Committee

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

The duties of Integrity Committee are as follows:

1. *Maintaining an understanding of current laws and regulations concerning corporate compliance programs and integrity related standards,*
2. *Liaising with sister functions (Audit, Risk, Legal Services, Communications, and Human Resources) and monitoring jointly activities in the field of corruption, fraud and Speak Up,*
3. *Maintaining an understanding of the Allianz Group risks of unlawful and unethical conduct - supporting and validating Compliance Risk Assessments (e.g. corruption and fraud),*
4. *Investigating and/or coordinating Speak Up cases. Reviewing the communication and ensuring that appropriate action will be initiated - including reporting of Speak Up cases to the Regional and to the Group,*
5. *Ensuring follow-up on reviews and investigations (remediation),*
6. *Receiving and reviewing information/reporting on Speak Up cases in order to identify integrity related process weaknesses and analyzing whether the internal control system needs to be improved, and*
7. *Ensuring that disciplinary responses to misconduct are appropriate and reasonably consistent and duly executed.*

3. Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS)

RUPS Tahunan diadakan 1 kali dalam satu tahun dengan jangka waktu 6 bulan setelah tahun buku Perseroan berakhir. Sedangkan RUPS Luar Biasa diselenggarakan sewaktu-waktu berdasarkan kebutuhan untuk kepentingan Perseroan dengan memperhatikan peraturan perundang-undangan serta Anggaran Dasar.

4. Dewan Pengawas Syariah

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

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

Keanggotaan:

Drs. H. Moh. Hidayat, M.B.A., M.B.I. : Ketua
H. Rahmat Hidayat, S.E., M.T. : Anggota

5. Satuan Kerja Pendukung Lain

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

Satuan Kerja Audit Internal

Satuan Audit Internal adalah Satuan internal independen yang membantu Dewan Komisaris dalam menerapkan prinsip-prinsip Tata Kelola Perusahaan yang Baik dan memastikan manajemen yang efektif dan transparan. Satuan tersebut melakukan pemeriksaan, penilaian, evaluasi, dan memberikan rekomendasi berkaitan dengan kegiatan unit bisnis dan sistem pengendalian internal.

Satuan Kerja Kepatuhan

Satuan kerja ini bertugas untuk membantu Direksi dalam memastikan kepatuhan terhadap ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang usaha perasuransian dan peraturan perundang-undangan lainnya.

Satuan Kerja Manajemen Risiko

Satuan kerja ini bertugas untuk memantau penerapan manajemen risiko dengan cara mengidentifikasi, menilai, memantau dan mengelola risiko usaha secara efektif.

3. General Meeting of Shareholders

The Annual GMS is held once a year not later than 6 months after the end of the Company's fiscal year. Meanwhile, Extraordinary GMS is held anytime based on needs for the interest of the Company by complying with the prevailing regulations and the Articles of Association.

4. Sharia Supervisory Board

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

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

Membership:

Drs. H. Moh. Hidayat, M.B.A., M.B.I. : Chairman
H. Rahmat Hidayat, S.E., M.T. : Member

5. Other Supporting Task Forces

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

Internal Audit Task Force

Internal Audit is an independent internal task force that assists the Board of Commissioners in implementing the Good Corporate Governance principles and ensuring an effective and transparent management. It conducts examination, appraisal, evaluation, and provides recommendations with regard to the activities of business units and internal control system.

Compliance Task Force

It is assigned to assist Board of Directors in ensuring compliance with insurance business regulations and other legal rules.

Risk Management Task Force

It is assigned to monitor risk management implementation by identifying, assessing, monitoring and managing business risks effectively.

Kebijakan Tata Kelola Perusahaan yang Baik

Kebijakan Kepatuhan

Kebijakan ini merupakan suatu keharusan dalam Grup Allianz yang berfokus kepada tugas-tugas Fungsi Kepatuhan dan penerapannya dalam Grup dalam membangun prinsip-prinsip utama tentang tanggung jawab utama, kerangka organisasi dan tugas-tugas pelaporan dan pengawasan dari suatu Fungsi Kepatuhan dalam Grup Allianz.

Kebijakan Tata Kelola dan Kontrol

Kebijakan ini menggambarkan prinsip-prinsip utama dan proses untuk memastikan manajemen dan kontrol yang efektif dari bisnis Grup Allianz. Kebijakan tersebut berfokus pada pembagian tanggung jawab termasuk struktur organisasi yang relevan, manajemen risiko dan sistem kontrol internal dari Grup.

Kebijakan & Prosedur Anti-Korupsi

Kebijakan ini bertujuan untuk menghindari sanksi hukum dan pencemaran nama baik akibat tindakan ilegal dan kriminal seperti korupsi atau penyuapan.

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

Kebijakan Anti Pencucian Uang dan Pencegahan Pendanaan Terorisme

Kebijakan untuk mencegah, mendeteksi dan melaporkan segala transaksi terkait pencucian uang dan pendanaan terorisme baik yang diketahui maupun yang dicurigai guna melindungi Allianz, termasuk proses uji tuntas nasabah, penyaringan karyawan dan tenaga penjual, serta pemantauan transaksi.

Kebijakan & Protokol Anti-Fraud

1. Kebijakan *Anti-Fraud*
Kebijakan untuk menilai dan menangani risiko penipuan baik internal dan eksternal, mulai dari penipuan klaim asuransi, penggelapan premi, manipulasi data TI, dan penyajian data keuangan yang salah secara sengaja.
2. Protokol Investigasi
Tujuan protokol ini adalah untuk melengkapi Kebijakan *Anti-Fraud* dengan proses investigasi penipuan.

Kode Etik

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

Good Corporate Governance Policies

Compliance Policy

The policy is mandatory within the Allianz Group, which focuses on the tasks for the Compliance Function and its implementation within the Group to establish core principles regarding the key responsibilities, the organizational framework and reporting and monitoring duties of a Compliance Function within Allianz Group.

Governance and Control Policy

The policy describes core principles and processes to ensure an effective management and oversight of the Allianz Group's business. The policy focuses on the allocation of responsibilities including the relevant organizational structures, the risk management and the Group's internal control system.

Anti-Corruption Policy & Procedure

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

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

Anti-Money Laundering and Counter-Terrorism Financing Policy

A policy to prevent, detect, and report every known and/or suspicious transaction related to money laundering and terrorism financing to protect Allianz, including customer due diligence, employees and sales force screening, as well as transactions monitoring process.

Anti-Fraud Policy & Protocol

1. *Anti-Fraud Policy*
A policy for assessing and addressing the risk of fraud for both internal and external, from insurance claims fraud, premium embezzlement, manipulation of IT data, to intentional misstatement of financial data.
2. *Investigation Protocol*
The purpose of this protocol is to complement Anti-Fraud Policy with fraud investigation process.

Code of Conduct

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

Kebijakan tentang Hadiah & Hiburan

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

Kode Etik Penjualan

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

Pedoman dan Prosedur Whistleblowing

Pedoman dan Prosedur ini untuk memastikan bahwa tindakan ilegal atau tidak pantas dalam perusahaan atau atas nama suatu entitas Allianz dapat diatasi dengan tepat. Pedoman dan Prosedur ini juga untuk melindungi Allianz dan Karyawan dari dampak atas tindakan ilegal atau tidak pantas tersebut.

Kebijakan Benturan Kepentingan

Kebijakan ini memberikan penjelasan mengenai apa yang termasuk di dalam benturan kepentingan. Proses dan prosedur yang ada berfungsi untuk memfasilitasi kepatuhan dan konsekuensi dari ketidakpatuhan. Kebijakan ini untuk membantu Karyawan Allianz Indonesia dalam membuat keputusan yang tepat ketika dihadapkan dengan potensi masalah benturan kepentingan.

Kebijakan Uji Tuntas Perantara Penjualan

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

Kebijakan Hubungan dengan Nasabah Instansi Pemerintah

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

Kebijakan Penyaringan Integritas Pemasok

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

Kebijakan Sponsorship

Kebijakan ini bertujuan untuk menghindari seluruh konflik atau kemungkinan timbulnya konflik antara kepentingan pihak manapun yang bertindak atas nama Allianz dengan tanggung jawabnya di Allianz, para Klien atau Mitra Bisnis dalam memberikan *sponsorship*.

Gift & 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 from to accept such things from them in order to prevent conflict or potential conflict between the interests of the employees and responsibilities to Allianz, customers or business partners.

Sales Code of Conduct

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

Whistleblowing Guidelines and Procedure

The Guideline and Procedure are to ensure that illegal or improper conduct within the Company or an entity in the name of Allianz can be addressed appropriately. It is also protect Allianz and its employees from the effects of the said illegal or improper conduct.

Conflict of Interest Policy

The policy provides a guide as to what constitutes a conflict of interest. The processes and procedures in place to facilitate compliance and the consequences of non-compliance. This policy is intended to assist Allianz Indonesia's employees in making the right decisions when confronted with potential conflict of interest issues.

Sales Intermediary Due Diligence Policy

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

Dealing with Government Customer Policy

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

Vendor Integrity Screening Policy

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

Sponsorship Policy

This policy aims to avoid any conflict or potential of conflict between the interest of an employee with regards to his or her responsibility in Allianz, the customer or business partners in providing sponsorship.

AUDIT INTERNAL

INTERNAL AUDIT

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

MANAJEMEN RISIKO

RISK MANAGEMENT

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

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

Kerangka kerja yang komprehensif tersebut memastikan bahwa semua risiko yang ada telah diidentifikasi, dianalisis, diukur, dan dikelola secara konsisten di seluruh Grup. *Risk appetite* Perusahaan ditentukan oleh strategi risiko dan struktur batasan yang jelas.

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

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

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

Komponen utama dari risiko adalah sebagai berikut:

- 1) Risiko Strategis
Risiko strategis terjadi saat Perusahaan gagal memenuhi kewajibannya kepada pemilik polis dan pihak berkepentingan yang disebabkan oleh kesalahan perencanaan, penerapan strategi, pembuatan keputusan atau kegagalan dalam menanggapi perubahan-perubahan yang terjadi dalam ruang lingkup bisnis.

Perusahaan mengembangkan rencana strategis berdasarkan penelitian dan data yang komprehensif untuk mengurangi risiko kesalahan dan ketidaktepatan. Dalam penerapannya, strategi tersebut dikomunikasikan dengan jelas kepada seluruh level manajemen, dipantau dan diawasi secara berkala.

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

- *Promotion of a strong risk management culture supported by a robust risk governance structure,*
- *Consistent application of an integrated risk capital framework across the Group to protect the capital base and to support effective capital management, 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.*

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

Close risk monitoring and reporting mechanisms allow detection of potential deviations from risk tolerance at an early stage both at the Group and Operating Entity or Company levels.

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

For this purpose, the Management has established a Risk Management Committee, which is responsible for monitoring the implementation and assessing the effectiveness of risk management.

The main components of risks are as follows:

- 1) *Strategic Risk*
Strategic risk occurs when the Company fails in fulfilling its liability to policy holders and stakeholders due to failure in planning, strategy implementation, decision making, or failure in response to business environmental changes.

The Company develops a strategic plan based on comprehensive studies and data to reduce risk of errors and inaccuracy. In the implementation, strategy is clearly communicated to all levels of management, tracked and monitored periodically.

2) Risiko Operasional

Risiko operasional merupakan kerugian yang dihasilkan dari proses internal yang tidak memadai atau gagal, dari personel dan sistem, atau dari peristiwa eksternal termasuk risiko hukum dan kepatuhan tetapi tidak termasuk kerugian dari risiko strategis dan reputasi.

Allianz telah mengembangkan kerangka manajemen risiko operasional yang konsisten di seluruh Grup yang berfokus pada pengenalan awal dan manajemen proaktif dari risiko operasional dalam semua bisnis dan fungsi pendukung. Kerangka tersebut akan mengidentifikasi dan mengevaluasi risiko operasional yang relevan serta kelemahan kontrol melalui penilaian diri terstruktur.

Selanjutnya, peristiwa risiko operasional dikumpulkan dalam pusat database kerugian. Analisis penyebab kerugian yang signifikan dilakukan untuk memberikan informasi yang komprehensif dan tepat waktu kepada manajemen senior sehingga mereka bisa menerapkan langkah-langkah yang bertujuan untuk menghindari atau mengurangi kerugian di masa depan.

3) Risiko Aset dan Liabilitas

Perusahaan menganggap risiko pasar sebagai risiko yang berubah dalam variabel pasar akan mempengaruhi nilai wajar atau arus kas atas kepemilikan instrumen keuangan di masa depan. Secara umum, risiko pasar didefinisikan oleh tiga variabel: kurs valuta asing (risiko mata uang), suku bunga pasar (risiko suku bunga) dan harga pasar (risiko harga ekuitas).

Otoritas keseluruhan untuk risiko pasar dipegang oleh Komite Investasi; unit pemantauan risiko pasar bertanggung jawab untuk pengembangan kebijakan manajemen risiko secara rinci dan untuk ulasan pelaksanaannya dari hari ke hari.

a) Risiko Kredit

Risiko kredit adalah risiko kerugian keuangan dari pihak rekanan yang tidak mampu memenuhi kewajiban kontraktual mereka.

Berikut kebijakan dan prosedur berikut disiapkan untuk mengurangi paparan Perusahaan terhadap risiko kredit:

- Kebijakan risiko kredit yang menetapkan penilaian dan penentuan hal yang merupakan risiko kredit bagi Perseroan. Sebuah unit pemantauan risiko kredit didirikan untuk memantau eksposur kredit, dan pelanggaran dilaporkan kepada Komite Manajemen Risiko Perusahaan dan Kelompok Risiko Allianz SE.
- Reasuransi diberikan kepada pihak yang memiliki peringkat kredit yang baik dan konsentrasi risiko dikelola melalui pedoman kebijakan berkenaan dengan batas-batas rekanan yang dikelola secara lokal tapi disetujui sesuai dengan standar global Allianz SE.
- Perusahaan memantau dan mengelola risiko kredit dan fokus terhadapnya dalam portofolio yang berdasarkan pada sistem batas rekanan.
- Grup memiliki sistem untuk mengelola risiko kredit, batasan kredit yang dialokasikan kepada Perusahaan

2) Operational Risk

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

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

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

3) Assets and Liabilities Risk

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

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

a) Credit risk

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

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

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

berdasarkan *risk appetite* Grup dan mempertimbangkan jumlah secara global. Pemantauan dilakukan baik di tingkat Perusahaan dan pada tingkat Grup.

b) Risiko Pasar

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

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

i) Risiko Mata Uang

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

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

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

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

ii) Risiko Suku Bunga

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

Untuk memastikan kecukupan dana untuk memenuhi kewajiban yang timbul dari kontrak asuransi, kebijakan risiko suku bunga Perusahaan memerlukan instrumen bunga tetap yang sesuai untuk dikelola. Bunga atas instrumen dengan tingkat bunga tetap ditetapkan di awal dan tidak berubah hingga jatuh tempo. Proses ini diawasi secara berkala di dalam sistem Asset Liability Management (ALM) Perusahaan.

based on the Group's *risk appetite* and considering global aggregates. Monitoring is performed at both the Company level and at the Group level.

b) Market Risk

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

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

i) Currency Risk

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

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

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

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

ii) Interest Rate Risk

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

In order to secure stability of funds to fulfill the obligations arising from insurance contracts, the Company's interest rate risk policy requires appropriate fixed rate instruments to be maintained. Interest on fixed interest rate instruments is priced at the inception and is fixed until maturity. This process is regularly monitored in the Company's Asset Liability Management (ALM) process.

iii) Risiko Harga Ekuitas

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

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

c) Risiko Likuiditas

Risiko likuiditas adalah risiko di mana perusahaan akan mengalami kesulitan dalam memenuhi kewajiban yang berhubungan dengan kontrak asuransi dan instrumen keuangan.

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

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

4) Risiko Kepengurusan

Risiko kepengurusan adalah kerugian karena kegagalan dalam kepengurusan seperti akibat perilaku tidak profesional yang dilakukan oleh Direksi dan Dewan Komisaris.

Perusahaan memitigasi risiko dengan memastikan profesionalisme melalui penunjukan yang tepat, komposisi yang baik dari Direksi dan Dewan Komisaris serta nilai kepemimpinan, kompetensi dan integritas. Perusahaan memastikan bahwa proses ini sejalan dengan ketentuan peraturan, seperti melaksanakan proses seleksi secara bijaksana untuk memastikan kompetensi dan kemampuan, serta memastikan keahlian mereka dalam industri asuransi.

iii) Equity Price Risk

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

The Company's equity price risk exposures relates to financial assets whose values will fluctuate as a result of changes in market prices.

c) Liquidity Risk

Liquidity risk is the risk of difficulty in meeting obligations associated with its insurance contracts and financial instruments.

The following policies and procedures are implemented to mitigate the Company's exposures to liquidity risk:

- *A liquidity risk policy which sets out the assessment and determination of what constitutes liquidity risk for the Company*
- *Guidelines are in place for asset allocation, portfolio limit structures and maturity profiles of assets, in order to ensure sufficiency of funds to meet the obligations arise from the company's insurance and investment contracts*
- *The implementation of a contingency funding plan that determines which events require contingency planning along with the minimum proportion of funds required to meet emergency needs.*
- *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.*

4) Stewardship Risk

Stewardship risk is a loss due to failure in the stewardship such as due to unprofessional conduct by the Boards of Directors or Commissioners.

The Company mitigates the risk by ensuring the professionalism through the proper appointment, good composition of the Board of Directors and Commissioners as well as leadership value, competency and integrity. The Company ensures that the process is in line with regulatory requirement, such as prudent selection process to ensure the competency and capability, as well as ensuring their expertise within insurance industry.

- | | |
|--|--|
| <p>5) Risiko Tata Kelola</p> <p>Risiko tata kelola merupakan kerugian akibat kegagalan dalam mengatur dan mengelola Perusahaan seperti kekurangan Tata Kelola Perusahaan, manajemen risiko dan pengendalian internal yang kurang memadai.</p> <p>Untuk memastikan bahwa kami memiliki Tata Kelola Perusahaan yang tepat dan memadai, Perusahaan mengikuti dan melaksanakan etika Tata Kelola Perusahaan lokal yang tertuang pada POJK NO 2/POJK.05/2014 tentang Tata Kelola Perusahaan untuk Perusahaan Asuransi dan Modul 2 OJK mengenai Tata Kelola Perusahaan.</p> <p>Perusahaan mengadopsi dan mengimplementasikan prinsip-prinsip utama Tata Kelola Perusahaan seperti transparansi, akuntabilitas, responsibilitas, 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.</p> | <p>5) <i>Governance Risk</i></p> <p><i>Governance risk represents losses due to failure in governing and managing the Company such as inadequacy of Good Corporate Governance, insufficient risk management and internal control.</i></p> <p><i>To ensure that we have proper and sufficient Good Corporate Governance, the Company follows and implements the local Good Corporate Governance Code based on POJK NO 2/POJK.05/2014 regarding Good Corporate Governance for Insurance companies and OJK Module 2 regarding Corporate Governance.</i></p> <p><i>The Company adopts and implements the main GCG principles such as transparency, accountability, responsibility, independency, and fairness. The Company also ensures the implementation of policies and procedures, as well as periodic review to ensure that the policies and procedures are still in line and updated in accordance with current and best practice.</i></p> |
| <p>6) Risiko Dukungan Dana</p> <p>Risiko ketidakcukupan modal perusahaan sehubungan dengan kerugian yang tidak terduga karena kondisi-kondisi yang tidak biasa seperti peningkatan rasio klaim yang tidak diperkirakan, hasil investasi yang tidak sesuai harapan dan lainnya.</p> <p>Perusahaan memiliki sistem kontrol dan proses pemantauan yang tepat untuk menilai kebutuhan modal jangka pendek dan jangka panjang Perusahaan. Perencanaan modal merupakan bagian dari kerangka kerja manajemen risiko yang komprehensif di mana prosedur pemantauannya didokumentasikan. Rencana pengelolaan modal juga mempertimbangkan profil risiko, target pemecahan masalah (persyaratan peraturan), proyeksi, serta skenario stres.</p> | <p>6) <i>Capital Support Risk</i></p> <p><i>The risk of company capital insufficiency in dealing with unexpected loss due to unexpected events, such as unexpected increase in claim ratio, unexpected investment result, or others.</i></p> <p><i>The Company has a proper control system and monitoring process in place to assess the Company's short and long term capital needs. Capital planning is part of a comprehensive risk management framework in which monitoring procedures are documented. Capital management plan also considers risk profile, target solvency (regulatory requirement), projections, as well as stress scenarios.</i></p> |
| <p>7) Risiko Asuransi</p> <p>Risiko asuransi adalah risiko kerugian bagi usaha Perusahaan atau perubahan yang merugikan dalam nilai kewajiban asuransi, yang disebabkan oleh perubahan tingkat, tren atau perubahan dari sejumlah penyebab risiko asuransi. Ini termasuk angka kematian, morbiditas, umur panjang, persistensi dan biaya yang merugikan.</p> <p>Perusahaan perlu membuat asumsi-asumsi tentang sejumlah faktor dalam menentukan harga produk dan untuk melaporkan hasil operasi bisnis jangka panjang.</p> <p>Asumsi Perusahaan merupakan cerminan pengalaman masa lalu yang relevan dari segi bisnis, dan harapan di masa depan.</p> <p>Apabila diperlukan, penyisihan dana terkait risiko Asuransi juga dilakukan, baik diasumsikan atau diamati secara historis, antara persistensi dan hasil investasi, dan untuk risiko tambahan lainnya.</p> | <p>7) <i>Insurance Risk</i></p> <p><i>Insurance risk is the risk of loss for the Company business or of adverse change in the value of insurance liabilities, resulting from changes in the level, trend or volatility of a number of insurance risk drivers. This includes adverse mortality, morbidity, longevity, persistency and expense experience.</i></p> <p><i>The Company needs to make assumptions about a number of factors in determining the pricing of its products and for reporting the results of its long-term business operations.</i></p> <p><i>The Company's assumptions are a reflection of the relevant past business experience, and future expectations.</i></p> <p><i>Where appropriate, allowance is also made for the relationship, which is either assumed or historically observed, between past experience and investment returns, and for the resulting additional risk.</i></p> |

Manajemen Risiko Terintegrasi

Konglomerasi Keuangan Allianz Indonesia terdiri dari PT Asuransi Allianz Life Indonesia sebagai Entitas Utama dan PT Asuransi Allianz Utama sebagai Lembaga Jasa Keuangan (LJK) anggota konglomerasi keuangan. Dalam implementasi manajemen risiko terintegrasi, Konglomerasi didukung oleh *governance framework* dari Grup Allianz. Dalam penerapan manajemen risiko dilakukan penyesuaian dengan kategori-kategori risiko terintegrasi yang ditetapkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Beberapa tipe risiko sebagai hasil dari penyesuaian dengan Peraturan OJK Manajemen Risiko Terintegrasi, selain tipe risiko yang telah diuraikan pada bagian sebelumnya, yaitu sebagai berikut:

1. **Risiko Hukum**
Risiko hukum merupakan kerugian akibat tuntutan hukum dan/ atau kelemahan aspek yuridis. Konglomerasi memperhatikan aspek Undang-Undang, Peraturan Pemerintah, Peraturan Otoritas Jasa Keuangan dan peraturan maupun ketentuan lain yang berlaku pada sektor perasuransian.
2. **Risiko Kepatuhan**
Risiko Kepatuhan adalah kerugian akibat tidak terpenuhinya dan/ atau tidak terlaksananya ketentuan dan perundang-undangan. Area risiko di dalam pengawasan fungsi kepatuhan di antaranya, korupsi, pencucian uang dan pendanaan teroris, sanksi ekonomi, kepatuhan pada aturan pasar modal, kepatuhan etika penjualan, kepatuhan pada aturan pemerintah, kepatuhan aturan *anti-trust*, kepatuhan aturan anti kecurangan maupun ketentuan lain yang berlaku.
3. **Risiko Reputasi**
Risiko Reputasi adalah kerugian akibat menurunnya tingkat kepercayaan pemangku kepentingan (*stakeholder*) yang bersumber dari persepsi negatif baik terhadap LJK dalam Konglomerasi Keuangan maupun terhadap Konglomerasi Keuangan secara keseluruhan.

Konglomerasi memiliki pedoman yang diadopsi dari grup Allianz yang terperinci memuat cara-cara memitigasi risiko reputasi perusahaan.

Konglomerasi mengadopsi praktik-praktik baik (*good practice*) dalam kebijakan Grup Allianz, di mana setiap Entitas diwajibkan untuk melakukan pengukuran terhadap risiko-risiko inheren berdasarkan pengalaman, pedoman konglomerasi dan bagaimana penerapan kontrol dari risiko inheren tersebut.

Integrated Risk Management

The Allianz Indonesia Financial Conglomerate consists of PT Asuransi Allianz Life Indonesia as the Main Entity and PT Asuransi Allianz Utama as a Financial Services Institution (LJK) member of the Conglomerate. In the implementation of integrated risk management, the Conglomerate is supported by the governance framework of the Allianz Group. The application of risk management is aligned with the integrated risk categories established by the Financial Services Authority (OJK). Some types of risk as a result of alignment within the Integrated Risk Management OJK Regulations, in addition to the types of risks described in the previous section, are as follows:

1. *Legal Risk*
Legal risk is a loss due to law suits and/or weakness of the juridical aspect. The Conglomerate is attentive to Laws, Government Regulations, Regulations of the Financial Services Authority and other regulations and regulations applicable to the insurance sector.
2. *Compliance Risk*
Compliance Risk is a loss due to non-compliance and/or non-performance of the provisions and legislation. This risk arises with supervision and compliance in the areas of corruption, money laundering and terrorist financing, and with economic sanctions, as well as compliance with capital market rules, ethical selling compliance, compliance with government regulations, anti-trust compliance, compliance of anti-fraud rules or other applicable provisions.
3. *Reputation Risk*
Reputation risk is a loss due to decreased stakeholder confidence stemming from negative perceptions both to the Financial Services Institutions (LJK) in the Financial Conglomerate and to the overall Financial Conglomerate.

The Conglomerate has detailed guidelines adopted from Allianz group that describe ways to mitigate reputational risk.

The Conglomerate adopts the proven practices of the Allianz Group policy, in which each Entity is required to take measurements of inherent risks based on experience, Conglomerate guidelines and apply the controls to inherent risks.

4. Risiko Transaksi Intra-Grup
Risiko transaksi intra-grup adalah kerugian akibat ketergantungan suatu entitas baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap entitas lainnya dalam satu konglomerasi keuangan dalam rangka pemenuhan kewajiban perjanjian tertulis maupun perjanjian tidak tertulis yang diikuti perpindahan dana dan/atau tidak diikuti perpindahan dana.

Transaksi intra-grup berupa aktivitas reasuransi yang dilakukan dalam rangka mendukung bisnis Asuransi kesehatan, dengan jumlah yang di-reasuransi-kan memiliki porsi persentasenya disesuaikan dengan tipe produk.

4. *Risk of Intra-Group Transactions*
The risk of intra-group transactions is a loss due to the dependence of an entity, directly or indirectly, to another entity within a financial conglomerate in the context of fulfilling the written agreement obligations or unwritten agreements followed by the transfer of funds and/or non-fund transfer.

Intra-group transactions occur in the form of reinsurance activities undertaken in order to support the health insurance business, in which case the reinsured portion/percentages are based on each respective product types.

MANAJEMEN MODAL CAPITAL MANAGEMENT

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

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

Per tanggal 31 Desember 2016 dan 2015, rasio solvabilitas Allianz Life adalah masing-masing 387% dan 391%, dan untuk Allianz Utama masing-masing 148% dan 178%, sehingga telah sesuai dengan rasio solvabilitas minimum.

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

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

As of 31 December 2016 and 2015, Allianz Life's solvency ratio were 387% and 391% respectively and Allianz Utama's was 148% and 178%, and therefore were in compliance with the minimum solvency ratio requirement.

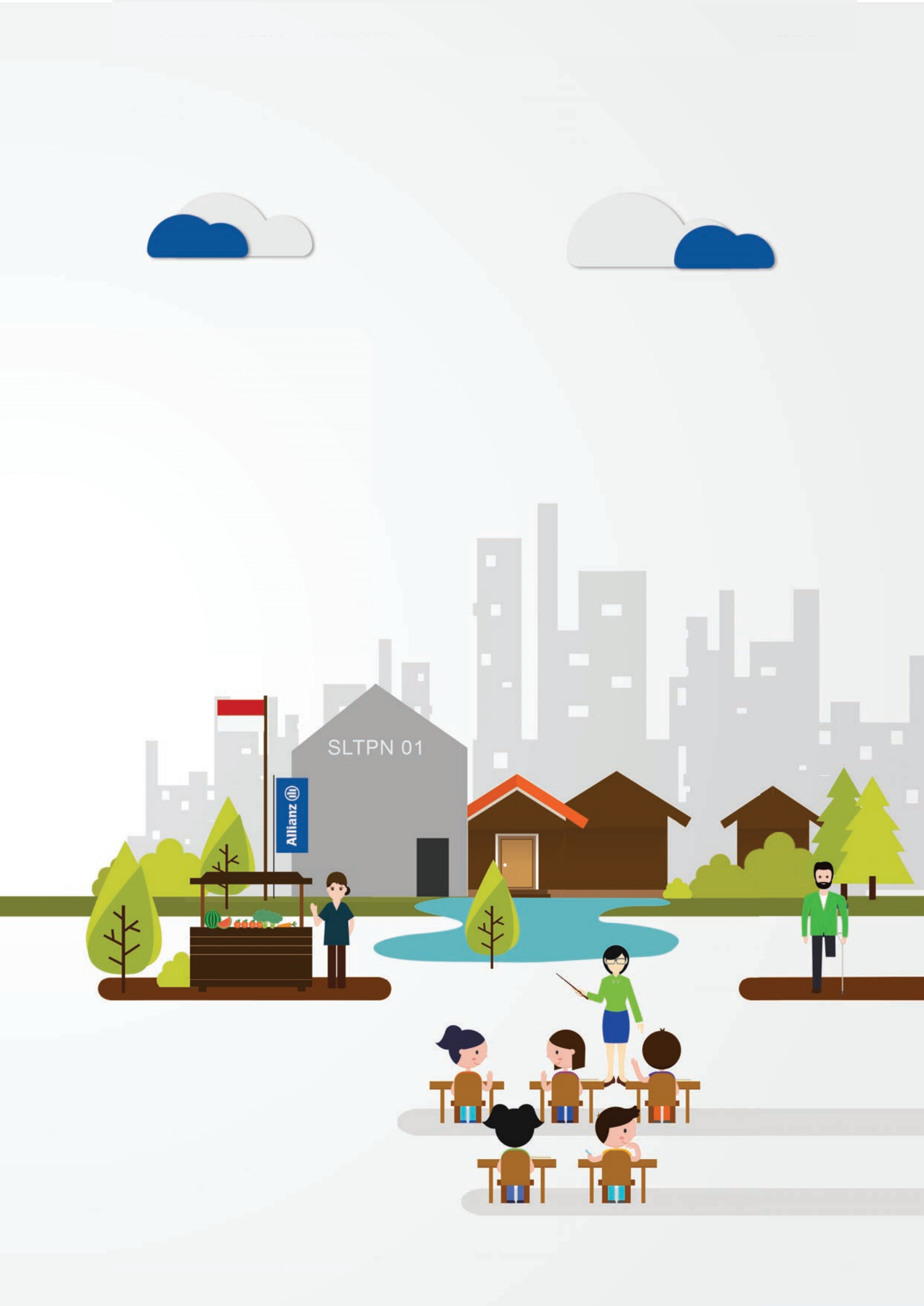
Corporate Social Responsibility

Allianz Indonesia sepenuhnya meyakini bahwa pertumbuhan bisnis harus selaras dengan pengembangan komunitas untuk memastikan hasil yang memuaskan. Bisnis cerdas harus selaras dengan etika sosial sebagai kunci untuk pertumbuhan yang berkelanjutan, untuk komunitas maupun Perusahaan.

Allianz Indonesia fully believes that business growth must work together with the community to ensure all-round satisfactory results. Smart business must go hand in hand with social ethics as the key to developing sustainable growth, for the community and for the Company.

- 91 Pengantar
An Introduction
- 91 Pilar Pendidikan
Education Pillar
- 92 Pilar Ekonomi
Economic Pillar
- 94 Pilar Kesehatan
Health Pillar
- 94 Penanganan Bencana dan Lingkungan hidup
Environment and Disaster Relief





“Program-program literasi keuangan Allianz Indonesia diarahkan kepada para peserta di semua usia, tingkat pendidikan dan profesi yang berbeda-beda. Akses yang setara menuju pengetahuan keuangan dan pendanaan usaha mikro sangat diutamakan untuk mencapai inklusi keuangan.”

“Allianz Indonesia’s financial literacy programs are geared to participants of all ages, different levels of education, and varying professions. Equal access to financial knowledge and micro enterprise financing is strongly promoted to achieved financial inclusion.”



Indra Yuliawan, Head of CSR Allianz Indonesia, Joachim Wessling, Country Manager & Direktur Utama Allianz Life Indonesia, Mada Eliyana, investee pertama dari program TNF sedang menunjukkan investasi bisnis yang telah disetujui oleh Allianz berhasil masuk ke rekeningnya, dan Vidya Liestyarini, Kepala Cabang Bank Mandiri, Puncak Emas, Jakarta.
Indra Yuliawan, Head of CSR Allianz Indonesia, Joachim Wessling, Country Manager & President Director of Allianz Life Indonesia, Mada Eliyana, the first investee of TNF program is showing business investment that Allianz approved of is successfully transferred to his account, and Vidya Liestyarini, Head of Branch of Bank Mandiri, Puncak Emas, Jakarta.

Allianz Indonesia: Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Allianz Indonesia: Corporate Social Responsibility

Pengantar

Allianz Indonesia sepenuhnya meyakini bahwa pertumbuhan bisnis harus selaras dengan pengembangan komunitas untuk memastikan hasil yang memuaskan. Bisnis cerdas harus selaras dengan etika sosial sebagai kunci untuk pertumbuhan yang berkelanjutan, untuk komunitas maupun perusahaan. Maka, Allianz Indonesia mengapresiasi kebutuhan untuk memberikan sumbangsih kembali pada masyarakat dengan beragam program CSR.

Allianz Indonesia, melalui Yayasan Allianz Peduli, melaksanakan sejumlah kegiatan CSR selama 2016, yang ditujukan pada pengembangan dan pemberdayaan masyarakat. Yayasan Allianz Peduli fokus pada program-program pengembangan dalam Empat Pilar Pendidikan, Ekonomi, Kesehatan, Lingkungan dan Penanganan Bencana, yang semuanya dirancang secara tulus untuk menciptakan masyarakat yang lebih baik di seluruh Indonesia.

1. Pilar Pendidikan | Education Pillar

Sebagai bagian dari institusi keuangan terkemuka dunia, Allianz Indonesia melalui Yayasan Allianz Peduli menitikberatkan pada literasi keuangan. Program-program literasi keuangan kerap dilaksanakan bagi mereka yang berpendidikan kurang dan berlatar belakang kurang beruntung. Program-program ini sejalan dengan program yang dilakukan oleh pemerintah dan OJK.

An Introduction

Allianz Indonesia fully believes that business growth must work together with the community to ensure all-round satisfactory results. Smart business must go hand in hand with social ethics as the key to developing sustainable growth, for the community and for the Company. Consequently, Allianz Indonesia appreciates the need to give back to society with a variety of CSR programs.

Allianz Indonesia, through Allianz Peduli Foundation, conducted a number of CSR activities throughout 2016, aimed at developing and empowering the community. The Allianz Peduli Foundation concentrates on developing programs in the Four Pillars of: Education, Economy, Health, Environment and Disaster Relief, all designed in an earnest attempt to create better and more thriving communities across Indonesia.

As part of a leading world-wide financial institution, Allianz Indonesia through Allianz Peduli Foundation places strong emphasis on financial literacy. Financial literacy programs are on-going and cater to those who are less educated and come from disadvantaged backgrounds. The programs are conducted in line with government and Financial Services Authority (Otoritas Jasa Keuangan-OJK) programs.

My Finance Coach

Program-program literasi keuangan tersedia untuk masyarakat umum yang mencakup anak-anak dan remaja. My Finance Coach dirancang oleh My Finance Coach Stiftung GmbH, Jerman, dan sudah dilaksanakan dengan sukses di seluruh dunia. Di tahun 2011, Allianz Indonesia menjadi yang pertama melaksanakan jenis program ini di Indonesia setelah Jerman. Program tersebut sudah berlangsung selama 6 tahun dan hingga kini sudah mengedukasi 10.625 siswa dari 85 sekolah di 10 kota.

Hasil akhirnya ialah generasi muda ini menjadi lebih bijak dalam berbelanja mampu membedakan antara “kebutuhan” dan “keinginan”, serta dapat merencanakan dan mengelola keuangan mereka di masa yang akan datang.

Perpustakaan Keliling

Untuk meningkatkan minat baca anak-anak dan orang dewasa, Yayasan Allianz Peduli, bekerja sama dengan Yayasan Kesejahteraan Anak Indonesia, menyediakan sebuah perpustakaan keliling yang memiliki koleksi buku sebanyak 600 buah, termasuk ensiklopedia, cerita anak, alat-alat musik, pemutaran film, hingga sosialisasi kekerasan terhadap anak, dengan melibatkan guru-guru PAUD yang telah dilatih.

My Finance Coach

Financial literacy programs are available for the whole community, and this includes children and teens. My Finance Coach was designed by My Finance Coach Stiftung GmbH, Germany, and has been successfully conducted throughout the world. In 2011, Allianz Indonesia was the first to conduct this type of program in Indonesia after Germany. It has been running for 6 years, and to date, has educated 10,625 students from 85 schools in 10 cities.

The end result is that the youngsters will learn to be prudent with their purchases, are able to differentiate between “needs” and “wants”, and plan and manage their future finances.

Mobile Library

To increase children’s and adolescents’ interest in reading, Allianz Peduli Foundation, in cooperation with the Indonesian Children’s Welfare Foundation, provides a mobile library, stocked with approximately 600 books, including encyclopedias, children’s stories, musical instruments, movie, to anti violence socialization to children, by involving trained teachers of early education.

2. Pilar Ekonomi | Economic Pillar



Bapak Sapto, salah satu penerima manfaat program Empowered, di depan kios tambal sepatu miliknya di Klaten.
Mr. Sapto, one of the beneficiaries of Empowered program benefits, is in front of his footwear sole repair kiosk in Klaten.

Pilar Ekonomi memiliki keterkaitan dengan Pilar Pendidikan dalam hal program literasi keuangan. Program-program literasi keuangan Allianz Indonesia diarahkan pada para peserta dari semua usia, tingkat pendidikan dan profesi berbeda-beda. Akses yang setara menuju pengetahuan keuangan dan pendanaan usaha mikro sangat diutamakan untuk mencapai inklusi keuangan.

The Economic Pillar has crossover with the Education Pillar in terms of financial literacy programs. Allianz Indonesia’s financial literacy programs are geared to participants of all ages, different levels of education, and varying professions. Equal access to financial knowledge and micro enterprise financing is strongly promoted to achieved financial inclusion.

Empowered: Pemberdayaan Ekonomi untuk Para Entrepreneur Penyandang Disabilitas

Program ini merupakan program pelatihan keuangan untuk mereka yang memiliki disabilitas, dan diluncurkan pada tanggal 19 Januari 2016. Program ini memiliki dua tahapan. Tahap 1 adalah Pelatihan Para Pelatih dan Tahap 2 adalah Pelatihan Manajemen Keuangan dan Kewirausahaan. Pelatihan Para Pelatih ini dihadiri oleh 16 pelatih komunitas di Daerah Istimewa Yogyakarta, Jawa Tengah dan DKI Jakarta. Di akhir program, para peserta diharapkan dapat menyerap dan memahami seluruh isi pelatihan, dan akhirnya mampu menerapkan keterampilan-keterampilan yang baru diperoleh untuk perbaikan masyarakat.

Modul Pelatihan Para Pelatih sama dengan modul International Labor Organization (ILO), yang dipakai di lebih dari 36 negara.

Tahap 2, Pelatihan Manajemen Keuangan dan Kewirausahaan dilaksanakan untuk 6 komunitas di setiap lembaga, dengan tujuan-tujuan sebagai berikut:

1. Untuk memudahkan peserta menyusun rencana keuangan.
2. Untuk meningkatkan keterampilan peserta dalam mengelola pertumbuhan bisnis mereka.
3. Untuk memberikan pengetahuan mengenai produk dan layanan asuransi pada para peserta, dengan tujuan untuk membuat mereka tertarik memiliki perlindungan asuransi untuk keluarga dan bisnis.

Allianz Indonesia memberikan dukungan tambahan dengan memfasilitasi pertemuan antara para peserta Empowered dengan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) di Yogyakarta dan Solo untuk memberikan para peserta lebih banyak akses pada layanan keuangan dan mendapatkan dukungan lebih lanjut dari OJK. Ke depannya, Allianz Indonesia akan mendukung peserta Empowered untuk semakin mandiri dengan membantu pendirian koperasi.



Sunarto

Penerima manfaat program EMPOWERED

EMPOWERED program Beneficiary

Empowered: Economic Empowerment for Entrepreneurs with Disabilities

This is a financial training program for disabled persons, and was launched on 19 January 2016. The program has 2 stages. Stage 1 is Training of Trainers (ToT), with Stage 2 being Financial Management and Entrepreneurship. ToT was attended by 16 community instructors from 9 institutions in D.I. Yogyakarta, Central Java, and DKI Jakarta. At program conclusion, participants were expected to have absorbed and fully understood the content, eventually being able to apply their newly acquired skills for the betterment of the community.

The ToT module is the same as the ILO module, used in more than 36 countries.

Stage 2, Financial Planning and Entrepreneurship was conducted for 6 communities around each institution, with the following goals:

1. To enable the participants to make a financial plan.
2. To increase the participants' skills in managing their business growth.
3. To enlighten the participants about insurance products and services, with a view to having them become interested to have insurance protection for their family and business.

Allianz Indonesia provides additional support for this program by facilitating a meeting between the Empowered participants with the Financial Services Authority (OJK) in Yogyakarta and Solo in order for the participants to gain more access to financial services and gain further support from OJK. Moving forward, Allianz Indonesia will support the Empowered participants to gain more independence by helping them to form their own cooperative.

"Setelah mendapat pelatihan secara khusus dari Allianz melalui program EMPOWERED, kami semakin paham dan rapih dalam melakukan pencatatan keuangan. Hal ini jelas sangat membantu usaha kami, apalagi setelah mendapatkan bantuan berupa mesin jahit dari Allianz. Dari yang sebelumnya hanya memiliki satu mesin jahit, kini kami punya dua mesin jahit yang membuat produksi dan omset kami meningkat."

"After a special training from Allianz through EMPOWERED program, we understand better the importance of financial recording. This is evidently helpful to our business, and we see the benefits even more after Allianz granted us a sewing machine. We used to have one unit of sewing machine and currently we have two, improving our productivity and turnover level."

Trust Network Finance (TNF)

TNF ialah skema pendanaan inovatif dalam bentuk investasi sederhana tanpa bunga, tanpa agunan, dengan masa berlaku terbuka untuk pelunasan. Skema ini dirancang untuk usaha mikro, kecil dan menengah dengan tujuan membantu mereka berkembang tanpa membebani dari segi keuangan. Allianz berharap para wirausaha mikro mampu mengelola dana investasi mereka dengan baik, dan mampu mengembalikan dana pinjaman disertai dengan pembagian keuntungan.

Trust Network Finance (TNF)

TNF is an innovative financing scheme in the form of a simple investment without interest, without guarantee, and with an open-ended time period for repayment. It is intended for small and medium businesses to help them grow without burdening them financially. Allianz expects the entrepreneurs to manage their investment funds well, and be in a position to repay it together with a portion of the profit sharing.

3. Pilar Kesehatan | Pillar of Health

Salah satu lini bisnis Indonesia ialah asuransi kesehatan, yang beroperasi bersamaan dengan kampanye gaya hidup sehat di semua komunitas. Kampanye ini dilaksanakan seiring dengan program-program perawatan kesehatan, termasuk donor darah keliling, yang dilaksanakan di banyak komunitas dalam beberapa tahun terakhir ini.

One of Allianz Indonesia's business lines is health insurance, which operates hand-in-hand with the promotion of healthy life styles in all communities. This campaign is on-going with public healthcare programs, including blood donation drives, conducted in numerous communities over the last few years.

Dari Maret hingga Agustus 2016, Yayasan Allianz Peduli bekerja sama dengan Yayasan Gesit menjalankan program "Klinik Sekolahku" untuk memberikan edukasi kesehatan lengkap bagi para siswa di SMPN 145 dan SMPN 67 Jakarta dengan harapan mampu menciptakan generasi yang sehat. Program Klinik Sekolahku secara keseluruhan telah mengedukasi 2.946 siswa/i mengenai berbagai topik kesehatan, seperti kesehatan reproduksi, bahaya narkoba, kesehatan gigi dan pemeriksaan di klinik sekolah bagi siswa/i.

From March to August 2016, Allianz Peduli Foundation, in cooperation with Gesit Foundation run the "Klinik Sekolahku" program to provide complete health education to students in SMPN 145 and SMPN 67 Jakarta in hopes to create a healthy generation. The Klinik Sekolahku program in total have educated 2,946 students on various health topics, such as reproductive health, the dangers of narcotics and dental health.

4. Penanganan Bencana dan Lingkungan Hidup | Environment and Disaster Relief

Di samping kegiatan-kegiatan yang melibatkan komunitas-komunitas setempat, Allianz Indonesia peduli terhadap perlindungan dan perawatan lingkungan secara umum. Kesadaran ini selaras dengan makin meningkatnya kesadaran gaya hidup sehat dan bersih. Skema-skema diperkenalkan dan program-program dilaksanakan untuk mempromosikan penanaman buah, sayur dan tanaman obat yang menyehatkan serta membantu mengurangi dampak pemanasan global di Jakarta.

In addition to activities involving local communities, Allianz Indonesia is particularly concerned about protecting and taking care of the environment in general. This awareness is in tandem with a general increase in public awareness of clean living and a healthy life style. Schemes were introduced and programs conducted to promote cultivation of healthful fruit and vegetables and herbal medicines, as well as to help reduce the impact of global warming in Jakarta.



Proses penimbangan sampah anorganik oleh pengurus Bank Sampah Gusling.
Inorganic waste weighing process by the facilitator of Gusling Waste Bank.

Gusling-Bank Sampah yang Sadar Lingkungan

Sebagai kelanjutan dari kegiatan-kegiatan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Guntur, Jakarta Selatan, Allianz Indonesia CSR bersama dengan masyarakat lokal membentuk sistem pengelolaan sampah yang tersegregasi. Bank sampah Guntur Sadar Lingkungan Guntur Sadar Lingkungan-Gusling) ini merupakan manajemen pengelolaan sampah berbasis masyarakat yang bertujuan pengurangan akumulasi volume sampah sekaligus peningkatan ekonomi masyarakat.

Melalui Gusling, Allianz Indonesia CSR berperan sebagai fasilitator yang memberikan pelatihan mengenai pemilihan sampah, pengomposan, dan pengelolaan bank sampah. Salah satu penggunaannya yang paling produktif adalah untuk memproduksi pupuk kompos, yang dapat digunakan untuk penghijauan. Selain itu, nilai tambah dari penyimpanan di bank sampah dan penciptaan tempat pembuangan sampah diharapkan dapat meningkatkan perekonomian lokal. Di masa mendatang, Komunitas Guntur akan mengelola bank sampah secara mandiri.

Para Relawan

Para relawan menjadi bagian penting dalam program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan apapun. Di Allianz Indonesia, para relawan yang berhati tulus berasal dari para karyawan, tenaga penjual dan manajemen. Hingga saat ini, Allianz Indonesia telah mengumpulkan 187 relawan aktif yang tersebar di berbagai kantor cabang di Indonesia. Para individu yang berdedikasi dan pekerja keras ini menunjukkan niat tulus dan kegembiraan dalam mengikuti setiap aktivitas Tanggung Jawab Sosial perusahaan dan membuktikan bahwa berbagi merupakan suatu kekuatan dan kebajikan.

Gusling-Environmentally Aware Waste Bank

As a continuation of CSR activities in Guntur, South Jakarta, Allianz Indonesia CSR, together with the local community, built a segregated waste management system. The environmentally Aware Guntur Waste Bank (Guntur Sadar Lingkungan-Gusling) is community-based, with an aim to reduce the accumulation of garbage while increasing the community's income at the same time.

Here, Allianz Indonesia CSR takes on the role of facilitator to provide training in sorting garbage, composting, and waste bank management. One of the most productive uses is the manufacture of compost, which can be used for greening. In addition, the value of savings in garbage bank bins, and the creation of recycling bins is expected to boost the local economy. In the future the Guntur community will manage their waste banks themselves.

Volunteers

Volunteers are a crucial part of any CSR program. At Allianz in Indonesia, big-hearted volunteers are drawn from employees, the sales force, and from management. Up to the present, Allianz in Indonesia has drawn on 187 active volunteers, scattered throughout the branches in Indonesia. These dedicated and hardworking individuals bring a sincere sense of purpose and enjoyment to CSR activities and prove that a willingness to share is a strength and a virtue.

Kantor Cabang dan Jaringan Pemasaran Allianz Indonesia

Inter-branch and Marketing Network Allianz

Head Office

Allianz Tower

Jl. HR. Rasuna Said
Kawasan Kuningan Persada Super Blok 2
Jakarta 12980

Corporate No. : +6221-2926 8888
Allianz Care : 1500 136
Allianz Care Sharia : 1500 139
Fax : +6221-2926 8080
E-mail : contactus@allianz.co.id



Allianz Center

Jakarta

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

Surabaya

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

Denpasar

Allianz Center
JEFF Building
Jl. Raya Puputan No. 488 Renon
Denpasar 80226
Telp. 0361 239788
Fax. 0361 226223, 32

Bandung

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

Medan

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

Customer Care Center & Task Forces

Bali

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

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

Balikpapan

Kompleks Mall Fantasi Balikpapan Baru
Blok AA-2A/7
Balikpapan Selatan
Kalimantan Timur
Telp. 0542 876913

Batam

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

Bogor

Ruko Hansen
Jl. Jend. Sudirman No. 158
Bogor
Telp. 0251 8574515

Jayapura

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

Jember

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

Kupang

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

Lampung

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

Malang

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

Makassar

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

Manado

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

Mataram

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

Padang

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

Palembang

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

Pekanbaru

Kompleks Taman Malibu Blok D No. 2
Jl. Soekarno Hatta
Kel. Labuh Baru
Kec. Payung Sekaki
Pekanbaru
Telp. 0761 39219

Pontianak

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

Samarinda

Ruko Pondok Alam Indah
Jl. AW Syahrani RT 02 No. 47
Kel. Sempaja Barat
Kec. Samarinda Utara
Samarinda 75119
Telp. 0541 743 129

Semarang

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

Solo

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

Yogyakarta

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

Independent Sales Offices

Jakarta

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Allianz Tower Lt. 21 A
 Telp. 0828 17090246
 Fax. 021 29079625
 Allianz Tower Lt. 21 C
 Telp. 021 29069988
 Fax. 021 29079623

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

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

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

Graha Mustika Ratu Lt. 6
 Jl. Gatot Subroto Kav. 74 -75 Jakarta
 Telp. 021 8306530
 Fax. 021 8306540

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

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

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

Jl. Pantai Indah Selatan Ruko ELB
 Blok C. No. 50 & 51, RT 003/RW 003
 Kel. Kamal Muara, Kec. Penjaringan
 Jakarta Utara 14470
 Telp. 021 29678050-51

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

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

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

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

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

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

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

Jl. IR. By Pass IR. Soekarno
 Br. Sanggulan, Desa/Kel. Banjar Anyar,
 Kec. Kediri, Tabanan
 Telp. 0361 810069

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

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

Jl. Rajawali Timur No. 251 C
 Bandung 40183

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

Bangka
 Jl. Soekarno Hatta No. 13
 RT 0007 RW 003
 Kel. Bukit Besar, Kec. Girimaya
 Pangkal Pinang

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

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

Banyuwangi

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

Batam

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

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

Bekasi

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

Berau

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

Bogor

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

Bontang

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

Cirebon

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

Gorontalo

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

Karawang Ruko Arcadia Blok D No. 10 Jl. Galuh Mas Raya Karawang	Jl. Sriwijaya No. 22 Pematang Siantar Sumatera Utara Telp. 062 221390	Salatiga Jl. Pemuda No. 13 Salatiga Telp. 0298 329460 Fax. 0298 326180	Jl. DR. Rajiman 531B Kel. Laweyan, Kec. Laweyan Solo 57148 Telp. 0271 713759 Fax. 0271 713759
Lampung Jl. Diponegoro No.160 D-E Tanjung Karang Pusat Bandar Lampung Telp. 0721 258283 Fax. 0721 259033	Taman Setia Budi Indah 1 Jl. Cactus Raya Setia Budi Square No. 9 Tanjung Sari, Medan Selayang Medan Telp. 061 8225600	Sampit Jl. DI. Panjaitan No. 66 MB Hulu MB Ketapang Kotawaringin Timur 74323	Sukabumi Jl. Siliwangi No. 8 RT. 004 RW. 005 Kel. Cikole Kec. Cikole Sukabumi 43113
Madiun Ruko Mars Jl. Biliton Madiun RT 27 RW 07, Madiun 63122 Telp. 0828 9405 7056	Kompleks Jati Junction No. PS 5 – PS 5A Jl. Perintis Kemerdekaan Medan Telp. 061 7338 1043, 8881 4078	Samarinda Ruko Pondok Alam Indah No. 10 Jl. AW. Syahrani RT 24 Samarinda Telp. 0541 765800 Fax. 0541 743129	Sumedang Jl. Kutamaya Center Ruko D Kec. Sumedang Selatan 45312 Telp. 0261 202218 Fax. 0261 202218
Makassar Jl. Sungai Saddang Lama No. 23 A RT B/RW 03, Kel. Merdeka Selatan, Kec. Makassar 90141 Makassar, Sulawesi Selatan Telp. 0411 3612462	Komplek City Walk Blok B No. 19 Kel. Kantin, Kec. Padang Sidimpuan Padang Sidimpuan 22719 Telp. 0634 4538626	Jl. AM Sangaji No. 38C Kel. Temindung, Samarinda Telp. 0543 747747	Surabaya Gedung Graha Pacific Jl. Basuki Rahmad 87-91 Lt. 3 Surabaya 60971 Telp. 031 5472277 Fax. 031 5474848
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	Merauke Jl. Garuda Spadem No. 10 Telp. 0971 322088 Fax. 0971 322088	Jl. Poros KM 1 (depan Stadion Aji Imbut) Kec. Tenggarong Seberang Tenggarong, Samarinda 75515 Telp. 0541 662481 Fax. 0541 662481	Tangerang Jl. Raya Serpong No. 88 Priang, Pondok Jagung Serpong, Tangerang 15326 Telp. 021 5371069, 53150514 Fax. 021 531568 888
Manado Jl. Pierre Tendean Boulevard Komp. Ruko Mega Bright Blok 1E No. 10 Manado, Sulawesi Utara Telp. 0431 8881299	Padang Jl. Khatib Sulaiman No. 9 Kav. 3 Gedung Rungkiang Padang Telp. 0751 4488780 0751 4488779	Jl. Kartini No. 44 Tanah Grogot Paser Samarinda 76211 Telp. 0543 23998 Fax. 0543 23998	Ruko Business Park Tangerang City (TangCity) Blok B 23 Jl. Jend. Sudirman No 1 Tangerang 15117 Telp. 021 29239718 Fax. 021 29239719
Manokwari Jl. Yos Sudarso No. 99 Manokwari 98311 Telp. 0986 213504 Fax. 0986 213994	Palangkaraya Jl. Dahlia Gerbang PCPR I Blok I D (sebelah Gedung Wanita) Palangkaraya Telp. 0536 3225945	Sangatta Jl. Yos Sudarso II Thomas Square Blok C No. 3 Kutai Timur Sangatta 75611 Telp. 0813 5005 9840	Tanjung Pinang Jl. DI. Panjaitan KM7 No. 88C RT 005/RW 008, Kel. Kampung Melayu Kota Piring Tanjung Pinang Telp. 0771 8081020, 8081015, 8081320
Medan Jl. Bilal No. 12A Kel. Pulo Brayon Barat I Kec. Medan Timur Medan 20239 Telp. 061 6642987 Fax. 061 6643115	Pangkalanbun Jl. Pangeran Antasari No. 1A RT 2 Kel. Mendawai Kotawaringin Barat (depan Hotel Tiara) Pangkalanbun 74115 Telp. 0532 25076 Fax. 0532 25076	Sidoarjo Ruko Gading Fajar 2 Blok B6/9 RT 40 RW 10 Sidoarjo 61271 Telp. 031 8941975 Fax. 031 8941975	Tarakan Kompleks THM Blok E No. 2 Kel. Karangbaliik, Kec. Tarakan Barat Tarakan 77134 Telp. 0551 51898 Fax. 0551 51898
Gedung Universitas Sutomo Lt. 2 Jl. Sutomo Ujung No. 28 Medan 20235 Telp. 061 6635335 Fax. 061 6635331	Probolinggo Ruko Baru Jl. Brigjen Katamsa No. 2 Kec. Mayangan Probolinggo 67217 Telp. 0335 425637 Fax. 0335 425638	Jl. Slamet Riyadi No. 259 Blok A1 & A2 RT. 001 RW. 003 Kec. Laweyan Solo Telp. 0271 725336	Yogyakarta Ruko Rafflesia Babarsari II Kav. M Babarsari, Sleman, Yogyakarta

Responsibility Statement - Annual Report 2016

PT ASURANSI ALLIANZ LIFE INDONESIA

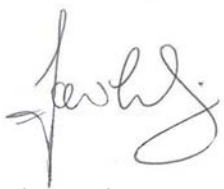
Sepanjang sepengetahuan kami dan menurut prinsip pelaporan keuangan yang berlaku, laporan keuangan memberikan informasi yang benar dan objektif mengenai aset, liabilitas, posisi keuangan dan laporan laba/rugi dari Perusahaan. Laporan manajemen ini juga mencakup tinjauan objektif tentang perkembangan dan kinerja bisnis serta posisi Perusahaan beserta uraian mengenai peluang dan risiko yang terkait dengan perkembangan Perusahaan.

To the best of our knowledge, and in accordance with the applicable reporting principles, the financial statements give a true and fair view of the assets, liabilities, financial position and profit or loss of the Company. The management report includes a fair review of the development and performance of the business and the position of the Company, together with a description of the material opportunities and risks associated with the expected development of the Company.

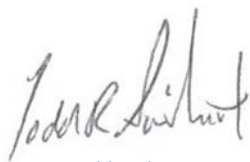
Jakarta, May 2017

PT Asuransi Allianz Life Indonesia

Direksi & Dewan Komisaris



Joachim Wessling
Country Manager & Direktur Utama
Country Manager & President Director

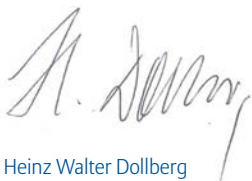


Todd Swihart
Direktur
Director



Meylindawati
Direktur
Director

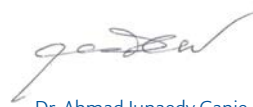
Alan Jonathan Tangkas Darmawan
Direktur
Director



Heinz Walter Dollberg
Komisaris Utama
President Commissioner



Arif Firman
Komisaris Independen
Independent Commissioner



Dr. Ahmad Junaedy Ganie
Komisaris Independen
Independent Commissioner

Surat Pernyataan Direksi PT Asuransi Allianz Life Indonesia

Statement of the Board of Directors of PT Asuransi Allianz Life Indonesia

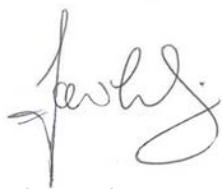
Atas nama Direksi PT Asuransi Allianz Life Indonesia (Allianz Life Indonesia), saya menyatakan bahwa Sdr. Alan Jonathan Tangkas Darmawan tidak menandatangani Laporan Tahunan 2016 Allianz Life Indonesia dikarenakan pada saat persetujuan Laporan Tahunan tersebut beliau telah efektif mengundurkan diri dari jabatannya sebagai Direktur Allianz Life Indonesia sejak tanggal 17 Februari 2017.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya.

On behalf of Board of Directors of PT Asuransi Allianz Life Indonesia (Allianz Life Indonesia), I testify that Mr. Alan Jonathan Tangkas Darmawan was unable to sign Allianz Life Indonesia's Annual Report 2016 due to at the time of the Annual Report was approved he had effectively resigned from his position as Director of Allianz Life Indonesia as of February 17th, 2017.

The statement is hereby made in all truthfulness.

Jakarta, 31 May 2017



Joachim Wessling

Country Manager & Direktur Utama

Country Manager & President Director



Head Office

Allianz Tower
Jl. HR. Rasuna Said
Kawasan Kuningan Persada Super Blok 2
Jakarta 12980

Corporate Phone : +6221-2926 8888
Allianz Care : 1500 136
Allianz Care Sharia : 1500 139
Fax : +6221-2926 8080
Email : contactus@allianz.co.id

www.allianz.co.id