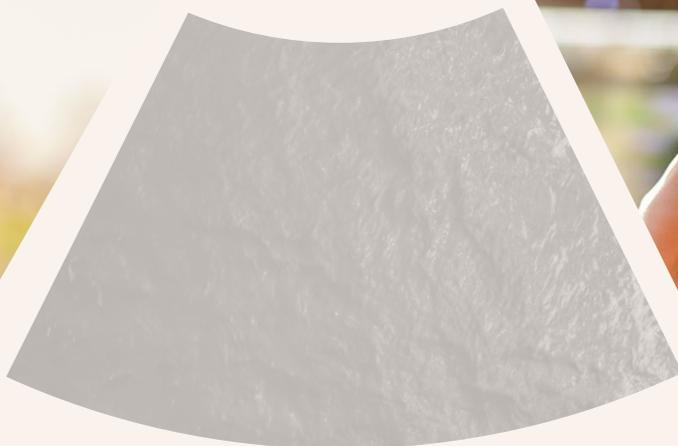




# Orange wace

Living the Moment  
Planning the Future



# Dedikasi dalam Membangun Nilai Hidup Masyarakat

Tahun 2024 menandakan tahun ke-11 eksistensi Hanwha Life di industri Asuransi Jiwa di Indonesia. PT Hanwha Life Insurance Indonesia (“Hanwha Life Indonesia” atau “Perusahaan” atau “Kami”) terus berkomitmen untuk berkontribusi dalam membangun Indonesia secara finansial dengan mengedepankan budaya literasi dan inklusi keuangan yang kuat, berdasarkan semangat dan nilai-nilai Perusahaan, yaitu **Challenge, Dedication & Integrity**. Hanwha Life Indonesia juga senantiasa berupaya menciptakan pertumbuhan, terobosan baru, dan inovasi melalui berbagai aspek, seperti aspek ekonomi, lingkungan hidup, dan sosial.

Dari aspek ekonomi, Perusahaan berhasil mencatatkan pertumbuhan kinerja yang signifikan, khususnya pada Pendapatan Premi Bruto (*Gross Premium*). Pertumbuhan ini ditopang oleh performa positif dari berbagai kanal distribusi, termasuk Kesehatan Kumpulan, Direct Marketing, Bancassurance, dan keagenan. Peningkatan perolehan premi juga diiringi dengan pertumbuhan pada beban teknis (klaim dan cadangan), sejalan dengan ekspansi bisnis yang terjadi selama tahun berjalan. Di sisi lain, beban administrasi dan umum berhasil dikendalikan melalui upaya efisiensi dan optimalisasi pengeluaran operasional.

Dari aspek lingkungan hidup, Perusahaan berupaya menjaga efisiensi energi dan terus memperluas inisiatif *go-paperless* melalui digitalisasi proses bisnis di berbagai lini.

Dalam aspek kegiatan sosial, Hanwha Life Indonesia terus membangun nilai dan kontribusi terhadap setiap individu, termasuk karyawan, pelanggan,

mitra bisnis, dan masyarakat umum. Hal ini diwujudkan melalui partisipasi aktif dalam kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang berkelanjutan, dengan semangat kebersamaan sebagai bagian dari Hanwha Buddy.



Perusahaan juga berkomitmen untuk terus memberikan pelayanan atas produk dan jasa yang setara kepada seluruh konsumen. Komitmen ini diwujudkan melalui kehadiran kantor pemasaran dan kantor pemasaran mandiri di berbagai wilayah Indonesia, pelatihan dan pembekalan tenaga pemasar (Agen Asuransi) melalui lembaga sertifikasi resmi, serta penyediaan informasi terkini melalui kanal komunikasi seperti Call Center, Customer Service, Wealth Lounge di Jakarta, Dream Plus Center, Website, dan Media Sosial.

Berikut kami sampaikan Laporan Keberlanjutan Tahun 2024 PT Hanwha Life Insurance Indonesia, sebagai bentuk transparansi dan dedikasi kami dalam menciptakan bisnis asuransi jiwa yang inklusif, bertanggung jawab, dan berkelanjutan.

Jakarta, April 2024

**Namkoong Hoon**  
Direktur Utama

## A. Strategi Keberlanjutan



PT Hanwha Life Insurance Indonesia atau “Hanwha Life Indonesia” merupakan bagian dari Hanwha Group, sebuah grup konglomerasi multinasional yang berasal dari Korea Selatan. Hanwha Life Indonesia didirikan pada tahun 2013 dan menjadi satu-satunya Perusahaan Asuransi Jiwa dari Korea hingga saat ini.

Memasuki tahun 2024, Hanwha Life Indonesia terus mengusung semangat “Orange Wave” sebagai tagline utama. Warna oranye melambangkan kehangatan dan semangat, yang juga merupakan warna identitas Hanwha Life secara global. Sedangkan kata “Wave” terinspirasi dari istilah “Korean Wave” yang mencerminkan popularitas budaya Korea yang mendunia—penuh kreativitas, inovasi, dan nilai-nilai positif.

Orange Wave bukan sekadar slogan, namun menjadi semangat yang mengalir dalam setiap aktivitas perusahaan. Nilai-nilai kehangatan, semangat, dan budaya inovatif menjadi landasan bagi Hanwha Life Indonesia dalam memberikan layanan terbaik bagi nasabah, serta kontribusi nyata kepada masyarakat luas.

Hanwha Life Indonesia percaya bahwa kesuksesan tidak hanya diukur dari sisi finansial, tetapi juga dari dampak sosial dan lingkungan yang dihasilkan. Untuk itu, perusahaan terus menjalankan berbagai inisiatif *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai wujud kepedulian dan kontribusi berkelanjutan. Salah satu langkah nyata adalah kolaborasi dengan Pemerintah Provinsi DKI Jakarta dan Dinas Pemberdayaan, Perlindungan Anak, dan Pengendalian Penduduk (DPPAPP). Melalui kerja sama ini, Hanwha Life telah membangun:

- 4 (empat) Ruang Publik Terpadu Ramah Anak (RPTRA) di Jakarta
- 2 (dua) Pusat Pelayanan Keluarga (PUSPA) di Jakarta Pusat



RPTRA Vlaboaean



RPTRA Kayu Mas



RPTRA Jakateratai



RPTRA Anggrek

PUSPA atau Pusat Pelayanan Keluarga (Center of Excellence in Family Happiness) merupakan fasilitas yang dikelola oleh DPPAPP DKI Jakarta dengan dukungan Hanwha Life Indonesia. Pusat ini hadir sebagai wadah percepatan program-program pelayanan kesejahteraan keluarga dan pengelolaan data keluarga secara terintegrasi.

- PUSPA 1 diresmikan pada 16 Juli 2022 di Jakarta International Stadium (JIS) oleh Gubernur DKI Jakarta, Anies Baswedan. Fasilitas ini berfokus pada layanan virtual dan pelatihan bagi keluarga.
- PUSPA 2 diresmikan pada 29 November 2023, bertempat di Kantor Dinas PPAPP DKI Jakarta. PUSPA 2 menghadirkan layanan konsultasi keluarga dan anak, dengan berbagai fasilitas seperti Ruang Digital Multifungsi, Ruang Konseling, Ruang Bermain Anak, dan Ruang Laktasi.



Pada awal tahun 2024, Hanwha Life Indonesia kembali menunjukkan komitmennya dengan menyediakan fasilitas Mobil SAPA (Sahabat Perempuan dan Anak). Mobil ini diresmikan oleh Penjabat Gubernur DKI Jakarta pada 16 Januari 2025 di Balai Kota Jakarta, dan berfungsi sebagai layanan mobile yang menyentuh langsung kebutuhan masyarakat, khususnya perempuan dan anak-anak.

Dengan semangat Orange Wave, Hanwha Life Indonesia akan terus menjalankan perannya dalam menciptakan perubahan positif yang berkelanjutan bagi masyarakat dan lingkungan, selaras dengan visinya untuk menjadi perusahaan asuransi yang peduli, terpercaya, dan berkelanjutan.

## B. Ikhtisar Aspek Berkelanjutan

### 1. Aspek Ekonomi:

KETERANGAN	AKHIR TAHUN				
	2020	2021	2022	2023	2024*
<b>Pendapatan Premi (IDR miliar)</b>	<b>72,4</b>	<b>103,9</b>	<b>111,6</b>	<b>168,5</b>	<b>253,0</b>
<b>Laba Bersih (IDR miliar)</b>	<b>33,7</b>	<b>10,3</b>	<b>(5,1)</b>	<b>(33,9)</b>	<b>(68,0)</b>
<b>Jumlah Polis Aktif</b>	<b>4.642</b>	<b>5.758</b>	<b>4.669</b>	<b>4.992</b>	<b>5.377</b>
a. Perorangan/Individual	4.520	5.653	4.577	4.778	5.162
b. Kumpulan/Group	122	105	92	214	215
<b>Jumlah Tertanggung</b>	<b>34.431</b>	<b>22.724</b>	<b>21.525</b>	<b>40.496</b>	<b>114.563</b>
a. Perorangan/Individual	4.520	5.653	4.577	4.778	5.162
b. Kumpulan/Group	29.911	17.071	16.948	35.718	109.401
<b>Jumlah Agen Berlisensi</b>	<b>2.259</b>	<b>2.384</b>	<b>3.123</b>	<b>2.484</b>	<b>2.314</b>

Catatan: \*data *unaudited*

### 2. Aspek Lingkungan Hidup:

KETERANGAN	2020	2021	2022	2023	2024*
Penggunaan Energi Listrik dan Air	906.091.616	937.757.174	888.257.308	890.135.712	808.859.417
Listrik	815.482.454	843.981.457	799.431.577	801.122.141	727.973.475
Air	90.609.162	93.775.717	88.825.731	89.013.571	80.885.942
Harga Listrik PLN (estimasi rata-rata)	1.300	1.300	1.300	1.300	1.300
Konsumsi KWH/tahun	501.835	519.373	491.958	492.998	447.984

Keterangan: Angka dalam Rupiah (Rp)

\*data *unaudited*

Pada tahun 2024, Perusahaan berhasil mempertahankan efisiensi penggunaan listrik dibandingkan tahun sebelumnya. Inisiatif penghematan mulai ditingkatkan dengan efisiensi penggunaan aset kelistrikan milik Perusahaan yang tidak perlu dan efektifitas waktu bekerja dengan penerapan *work-life balance* yang mendorong karyawan untuk bekerja sesuai tenggat waktu yang sudah ditentukan. Selain itu, Perusahaan juga berusaha menerapkan *Campaign Go Paperless* dengan melakukan pengurangan pemakaian kertas melalui inisiatif baru dengan implementasi perangkat lunak (*software*) dengan harapan mengurangi dokumen fisik.

### 3. Aspek Sosial:

TAHUN	PROYEK	RINCIAN KEGIATAN
2018	Tidak ada	-
2019	1. Teman Mudik Hanwaha  2. Hanwaha Buddy	<p>Kegiatan ini dilakukan sebagai bagian dari kegiatan literasi Asuransi kepada masyarakat Indonesia. Kegiatan ini dilakukan melalui pemberian Asuransi Jiwa selama perjalanan mudik tahun 2019 yang diberikan secara gratis kepada 932 orang yang dilakukan di area Jabodetabek, Semarang dan Medan.</p> <p>Hanwaha Buddy yang merupakan komunitas peduli sosial yang beranggotakan karyawan perusahaan, melakukan 2x kegiatan perawatan area RPTRA Jaka Teratai yang telah berdiri pada tahun 2017 yang lalu. Kegiatan ini adalah bentuk aksi kelanjutan dari perusahaan untuk terus merawat dan menjalin hubungan dengan masyarakat sekitar RPTRA.</p>
2020	1. RPTRA Anggrek Rawasari  2. Donasi Hanwaha Buddy	<p>Keberlanjutan aksi sosial perusahaan terhadap keluarga dan anak-anak dibuktikan melalui pembangunan proyek ke-2 RPTRA di area Jakarta Pusat. Penunjukan lokasi dilatar belakangi oleh area sekitar RPTRA yang merupakan area tinggal dan sekolah yang tidak memiliki tempat yang layak untuk anak-anak berkegiatan terutama se usai sekolah. Area yang sebelumnya merupakan tempat pembuangan sampah, kini diubah menjadi area bermain ramah anak. Area yang sudah disiapkan sejak akhir 2019, akhirnya secara resmi selesai pembangunannya pada Juli 2020.</p> <p>Kondisi pandemi yang melanda dunia dan menyebabkan banyak masyarakat khususnya di Jakarta yang ikut terdampak secara ekonomi, menjadikan perusahaan merasa wajib untuk turun secara langsung memberikan bantuan kepada masyarakat khususnya yang tinggal di sekitar area RPTRA. Perusahaan memberikan bantuan 500 paket sembako dan juga 1,000 paket sanitasi. Penyaluran bantuan ini juga mendapatkan bantuan dari pihak Dinas PPAPP DKI Jakarta.</p>

TAHUN	PROYEK	RINCIAN KEGIATAN
	3. RPTRA Kayumas	<p>Meneruskan proyek RPTRA yang sudah berjalan sebelumnya, perusahaan terus berusaha untuk dapat memenuhi kesejahteraan masyarakat khususnya bagi anak dan keluarga. Maka dari itu, melalui proyek RPTRA Kayumas yang sudah direncanakan juga sejak 2019, berhasil untuk dilakukan pada semester kedua tahun 2020 dan selesai pembangunannya pada Desember 2020.</p>
<b>2021</b>	1. RPTRA Vlaboean, Klender  2. PUSPA, Jakarta	<p>Komitmen perusahaan untuk terus memberikan dukungan kepada pemerintah terutama masyarakat dalam meningkatkan kualitas hidup melalui tanggung jawab social CSR terus berlanjut di 2021. Ditunjukkan dengan pembangunan RPTRA ke 4 yang berlokasi di Klender, Jakarta Timur, Groundbreaking telah dilakukan pada Juni 2021 lalu, dan peresmian dilakukan pada tanggal 2 Desember 2021.</p> <p>Berfokus untuk meningkatkan pemberdayaan di tengah masyarakat melalui kegiatan kreativitas dan produktivitas, pembangunan RPTRA di atas lahan seluas 1.011 meter persegi ini akan di lengkapi dengan ruang perpustakaan, ruang serbaguna, ruang laktasi, PKK Mart dan playground.</p> <p>Memberikan arti lebih dengan cinta dan dukungan yang berkelanjutan, di tahun yang sama Hanwha Life Indonesia bekerjasama dengan Dinas PPAPP DKI Jakarta membangun fasilitas Pusat Pelayanan keluarga (PUSPA) yang selesai dibangun dan diharapkan dapat beroperasi penuh di tahun 2022.</p>
<b>2022</b>	1. Launching PUSPA, Jakarta International Stadium	<p>Setelah pembangunan rampung di Maret 2022, Pusat Pelayanan Keluarga (PUSPA) yang berlokasi di kantor Dinas PPAPP DKI Jakarta (Cempaka Putih) sudah dapat beroperasi di Q1 2022 dan diresmikan oleh Gubernur DKI Jakarta, Anies Baswedan pada acara Jakarta Menyapa (Juli 2022).</p>

TAHUN	PROYEK	RINCIAN KEGIATAN
	2. Hadiahkan Cinta Kepada Anak RPTRA	<p>Fokus untuk membantu keluarga terutama Wanita dan Anak-anak, PUSPA dilengkapi dengan teknologi digital yang ramah anak, keluarga dan juga ramah difabel melalui area seluas 262 meter persegi, beberapa fasilitas yang ada di PUSPA misalnya command center, studio produksi konten digital &amp; podcast, coworking space, tempat bermain anak dan ruang konseling keluarga.</p> <p>Masyarakat dapat menggunakannya dengan mengunjungi PUSPA. Komitmen Hanwha Life dalam memberikan kontribusi terhadap peningkatan Literasi Keuangan, dilakukan kepada masyarakat dan anak sekitar RPTRA dengan mengadakan kegiatan Launching buku dan video Animasi "Aku Pahami Asuransi" di bulan Agustus 2022.</p> <p>Selain memberikan edukasi literasi keuangan melalui sarana digital agar lebih mudah dipahami, Kegiatan ini menjadi aksi berkelanjutan yang melibatkan Hanwha Buddy dengan mengajak masyarakat sekitar untuk memahami pentingnya memiliki asuransi dan cara mengatur keuangan dengan baik.</p>
2023	1. "Sharing Love, Connecting Hearts with Hanwha Life"	<p>Seiring dengan Campaign ORANGE WAVE 2023 yang dimana salah satunya adalah Perusahaan menerapkan Value yaitu prinsip-prinsip dan nilai-nilai yang mendasari segala aktivitas perusahaan. Nilai-nilai tersebut meliputi semua aspek perusahaan, seperti misi, visi, tujuan, kebijakan, struktur organisasi, budaya kerja, sistem manajemen, komunikasi, inovasi, CSR, dan lain-lain.</p> <p>Hal ini menjadi salah satu aksi dari Hanwha Life Indonesia untuk menerapkan nilai perusahaan dengan cara membuat program Literasi di salah satu RPTRA Jakarta Timur yaitu RPTRA Vlabeoan, Klender.</p> <p>Sasaran program ini adalah anak-anak dengan kegiatan belajar dan bermain bersama Hanwha Buddy.</p>

TAHUN	PROYEK	RINCIAN KEGIATAN
		<p>Selain literasi, Hanwha Life juga mensosialisasikan pentingnya menjaga Kesehatan badan. Pada kesempatan ini Hanwha melakukan tes Kesehatan yang diperuntukkan orang tua yang mendampingi anak-anak yang hadir pada saat itu dengan bekerjasama dengan salah satu rumah sakit swasta.</p>
	<p>2. Menabung Untuk Masa Depan</p>	<p>Hanwha Life mengadakan Literasi Keuangan untuk anak-anak di RPTRA Kayu Mas, Pulogadung, Jakarta Timur yang bertemakan “Menabung Untuk Masa Depan”. Kegiatan ini mengajak anak-anak untuk mengetahui pentingnya literasi keuangan yang diperoleh sejak dini untuk menunjukkan perlunya pendidikan keuangan yang terintegrasi dalam kurikulum pendidikan, serta dukungan dari keluarga dan komunitas untuk mengembangkan keterampilan keuangan yang kuat sejak usia dini.</p>
	<p>3. Generasi Muda Pintar: Mengasah Pengetahuan Keuangan Untuk Masa Depan</p>	<p>Bekerja sama Universitas UHAMKA, Hanwha Life mengadakan literasi dan inklusi keuangan pada Kamis, 12 Oktober 2023, bersama para mahasiswa/i dari Fakultas Ekonomi &amp; Bisnis UHAMKA.</p>
	<p>4. Menuju Indonesia Maju Melalui Literasi &amp; Inklusi Keuangan</p>	<p>Hanwha Life berkolaborasi dengan partner dalam kegiatan Finansial Literasi dan Inklusi Keuangan dengan APINDO Kalimantan Timur dan Ciptadana Asset Management Kamis, 12 Oktober 2023, di Balikpapan</p>
<p><b>2024</b></p>	<p>1. Prepare Your Legacy</p>	<p>Literasi finansial merupakan salah satu program Corporate Social Responsibility (CSR) Hanwha Life untuk mendukung masyarakat dalam memahami pengelolaan keuangan yang bijak. Program ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran calon nasabah tentang pentingnya perencanaan keuangan, investasi yang bertanggung jawab, dan perlindungan melalui asuransi.</p>

TAHUN	PROYEK	RINCIAN KEGIATAN
		<p>Hanwha Life Indonesia sukses menggelar kegiatan literasi finansial dengan tema “Prepare Your Legacy” untuk calon nasabah di Pamor Resto, Bandung. Acara yang dihadiri oleh 12 orang ini mengusung konsep Customer Gathering, menghadirkan suasana akrab untuk berdiskusi tentang pentingnya perencanaan keuangan dan asuransi jiwa.</p>
	<p>2. Selling Insight for Bigger Income</p>	<p>Hanwha Life Indonesia kembali menunjukkan komitmennya dalam meningkatkan literasi finansial melalui program edukasi yang kali ini ditujukan kepada agen dan calon agen asuransi. Diselenggarakan secara online, kegiatan ini berhasil dihadiri oleh 26 peserta yang berasal dari berbagai wilayah di Indonesia.</p>
	<p>3. Hanwha Goes to Campus (UI)</p>	<p>Hanwha Life Indonesia menggelar kegiatan literasi finansial yang ditujukan kepada mahasiswa/i Program Vokasi Universitas Indonesia. Acara yang berlangsung di aula kampus ini dihadiri oleh 134 peserta yang antusias untuk memperdalam pemahaman mereka tentang pengelolaan keuangan.</p> <p>Kegiatan ini bertujuan untuk membekali generasi muda dengan pengetahuan dasar mengenai perencanaan keuangan, pentingnya investasi, dan perlindungan asuransi sejak dini. Dengan gaya penyampaian yang interaktif, narasumber dari Hanwha Life memaparkan materi secara sederhana namun komprehensif, disertai simulasi pengelolaan anggaran bulanan</p>
	<p>4. Hanwha Goes to Campus (Binus)</p>	<p>Masih dengan konsep “Hanwha Life Goes to Campus”, Hanwha Life Indonesia mengadakan kegiatan literasi finansial untuk mahasiswa/i Universitas Bina Nusantara, Jakarta. Acara ini diikuti oleh 113 peserta dan bertujuan untuk memberikan wawasan mendalam mengenai pentingnya perencanaan keuangan di usia muda.</p>

TAHUN	PROYEK	RINCIAN KEGIATAN
		<p>Hanwha Life berharap program ini dapat membekali mahasiswa Bina Nusantara dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk membangun kesadaran finansial yang kuat sebagai bekal masa depan.</p>
	<p>5. Menabung Bersama Anak Bingkai Jalanan</p>	<p>Hanwha Life Indonesia bekerja sama dengan Yayasan Bingkai Jalanan mengadakan acara literasi finansial yang penuh keceriaan di GOR Senen, Jakarta Pusat pada tanggal 22 Juni 2024.</p> <p>Literasi Finansial ini diikuti oleh 70 anak dan dikemas secara interaktif bersama pendongeng terkenal, Kak Tony Dongeng. Anak-anak Bingkai Jalanan merupakan anak-anak yang kurang beruntung yang mendapatkan kesempatan untuk mengakses pendidikan formal melalui dukungan dan fasilitas yang disediakan oleh Yayasan Bingkai Jalanan.</p>
	<p>6. Keluarga Bijak, Keuangan Terjaga</p>	<p>Hanwha Life Indonesia kembali mengadakan program literasi finansial pada tanggal 13 Juni 2024 di Kota Malang, yang kali ini mengusung tema “Keluarga Bijak, Keuangan Terjaga”. Acara ini bertujuan memberikan informasi dan pengetahuan kepada para orangtua tentang cara bijak mengelola keuangan dalam lingkup keluarga.</p>
	<p>7. Tabungan Cinta untuk Masa Depan, Dari Ibu Hebat</p>	<p>Dalam rangka memperingati Hari Ibu, Hanwha Life Indonesia menggelar acara bertajuk “Tabungan Cinta untuk Masa Depan, Dari Ibu Hebat” di Pusat Perlindungan Perempuan dan Anak Provinsi DKI Jakarta (PPPA), Jakarta Timur. Kegiatan ini dihadiri lebih dari 100 peserta yang terdiri dari ibu-ibu PKK, Dasa Wisma, serta berbagai komunitas perempuan lainnya.</p> <p>Acara ini dirancang untuk meningkatkan literasi finansial, khususnya bagi para ibu sebagai pilar utama dalam pengelolaan keuangan keluarga. Melalui diskusi interaktif, peserta dibekali dengan wawasan tentang pentingnya menabung, perencanaan keuangan jangka panjang, dan strategi membangun masa depan yang lebih cerah untuk keluarga mereka.</p>

## C. Tentang Hanwha Life Indonesia

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

20  
23

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

20  
13

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

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

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

20  
12

On October 9th, 2012, Korea Life changed the name into Hanwha Life Insurance with vision of "A Global Insurance Company, Growing Together With Customers"

20  
05

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

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

Hanwha Life memasuki pasar global di New York, London, Tokyo, Vietnam, China dan Indonesia

20  
03

Hanwha Life entered the global market in New York, London, Tokyo, Vietnam, China and Indonesia

20  
02

Korea Life kemudian bergabung dengan Hanwha Group pada 12 Desember 2002

*Korea Life joins with Hanwha Group on December 12th, 2002*

PT Asuransi Indatamporok Life didirikan pada 17 Januari 1994 sebagai perusahaan yang bergerak di industri asuransi jiwa.

19  
94

PT Asuransi Indatamporok Life was established on January 17th, 1994 as a life insurance company

19  
46

Korea Life yang merupakan perusahaan asuransi pertama di Korea Selatan terbentuk di tanggal 9 September 1946

*Korea Life was established as the first life insurance company in South Korea on September 9th, 1946*



## Visi Keberlanjutan

Asuransi Jiwa Pelindung Hidup Terdepan Dunia yang berkomitmen dalam Usaha Berkeberlanjutan

## Misi Keberlanjutan

- Menjadikan individu sebagai sentral dalam layanan asuransi
- Memberikan Solusi bagi kebutuhan perlindungan sepanjang hidup
- Menjalankan transformasi digital yang dapat menjangkau masyarakat untuk keutuhan perlindungan hidup dan proteksi

Yang dijalankan dalam kerangka usaha berkelanjutan untuk kesejahteraan manusia dalam perspektif jangka panjang.

## Nilai - Nilai Perusahaan

### • CHALLENGE

Mengejar keunggulan dengan terus berinovasi dan tidak cepat berpuas diri

### • DEDICATION

Menjaga hubungan dengan rekan kerja, Perusahaan dan pelanggan serta berkomitmen untuk mencapai tujuan yang lebih besar

### • INTEGRITY

Patuh terhadap ketentuan yang ada, tidak memihak dan bangga Ketika melakukannya

## Filosofi

### • KEPERCAYAAN

Keyakinan yang tercipta dari janji yang dipenuhi

### • KESETIAAN

Menghargai setiap hubungan yang ada dan bersedia untuk memenuhi setiap tanggung jawab yang muncul

Nama : PT Hanwha Life Insurance Indonesia  
Bidang Usaha : Asuransi Jiwa  
Tanggal berdiri usaha : 24 Oktober 2013  
Izin Usaha : KEP-603/KMK.017/1995  
Alamat : World Trade Center Tower 1 Lt. 12

Jl. Jend. Sudirman Kav. 29, Jakarta 12920  
P. +62 21 5081 6100  
Website: [www.hanwhalife.co.id](http://www.hanwhalife.co.id)  
Wilayah Operasional : Indonesia

## Kantor Pemasaran | Sales Office

### JAKARTA 1 & 2

Permata Kuningan Building  
Ground Floor  
Jl. Kuningan Mulya Kav. 9C,  
Jakarta 12980  
T. +62 21 8378 0882  
F. +62 21 8378 0883

### BEKASI

Komp. Graha Boulevard  
Commercial Blok GB-B016  
Jl. Boulevard Ahmad Yani Summarecon,  
Bekasi  
T. +62 21 2851 9791  
F. +62 21 2851 9792

### BOGOR

Jl. Pajajaran No. 84 Ruko J  
Kel Baranangsiang Kec. Bogor Timur,  
Bogor 16143  
T. +62 251 755 9118  
F. +62 251 788 9119

### BANDUNG & DREAM PLUS

**CENTRE BANDUNG**  
Wisma Bumiputera Lt.2 Suite #201  
Jl. Asia Afrika No. 141-149, Bandung  
T. +62 22 426 7109  
F. +62 22 426 7129

### SURABAYA

Gedung Graha Pacific Lantai 8  
Jl. Basuki Rahmat No.87-91, Surabaya 60271  
P. +62 31 9929 9957  
F. +62 31 9914 6421

### MEDAN

Jl. Pangeran Diponegoro No. 36  
Medan 20152  
P. +62 61 456 1158  
F. +62 61 456 1148

### YOGYAKARTA

Jl. AM. Sangaji No.79, Tegalrejo 55241  
P. +62 778 464 417  
F. +62 61 8008 8519

### BATAM

Komplek Goldhill Blok A Nomor 3,  
Jalan Laksamana Bintan Sei Panas Batam,  
Kel. Sei Panas, Kec. Batam  
Kota, Kota Batam 2943

### SOLO

Ruko Soepomo Blok E  
Jl. Dr. Soepomo No.25 Mangkubumen,  
Banjarsari, Surakarta 57139  
P. +62 271 747 2806

## Kantor Pemasaran Mandiri | General Agency

### JAKARTA PREMIER

World Trade Center Tower 1, Lt 12  
Jl. Jend. Sudirman Kav 29  
Jakarta 12920  
T. +62 21 5081 6100 Ext. 2289  
F. +62 21 5081 6111

### DENPASAR PREMIER

Jl. Gatot Subroto Tengah  
No.80 unit 7  
Denpasar, Bali 80231  
P. +62 778 464 417  
F. +62 61 8008 8519

### GAO INFINITE MEDAN

Gedung Graha Harmoni Lantai 1  
Jalan Gaharu Nomor 2-B  
Lingkungan VIII,  
Kel. Gaharu, Kec. Medan Timur,  
Kota Medan

### IAO MERCY NUSANTARA TUBAN

Jl. Tembus Ruko Baru  
Gedongombo No. 16  
Kel. Gedongombo, Kec. Semanding,  
Kabupaten Tuban

### IAO MERCY TIGER SURABAYA

San Antonio Blok N1  
No. 52 Pakuwon City, Kel. Kalisari,  
Kec. Mulyorejo, Surabaya Timur,  
Surabaya

### GAO JEMPOL PONTIANAK

Jalan Perdana  
Komp. Perdana Square Blok I  
No. 10 Kel. Parittokaya  
Kec. Pontianak Selatan, Pontianak,  
Kalimantan Barat

### GAO CILACAP

Jalan Gatot Subroto RT. 01 RW. 08  
Kel. Gunungsimping,  
Kec. Cilacap Tengah, Kab. Cilacap

### GAO MALANG

Jalan Nusakambangan No. 18  
Kel. Kasin, Kec. Klojen, Kota Malang,  
Jawa Timur 65117

### GAO GENESIS SURABAYA

Gedung Vieloft Soho Unit 1206  
Jl. Mayjen Sungkono Kav. 89,  
Surabaya 60224

### GAO KING MALANG

Jl. M. Panjaitan Kavling 7 Ruko No.2,  
RT 001 RW 01,  
Kel. Penanggungan, Kec. Klojen  
Kota Malang 65113

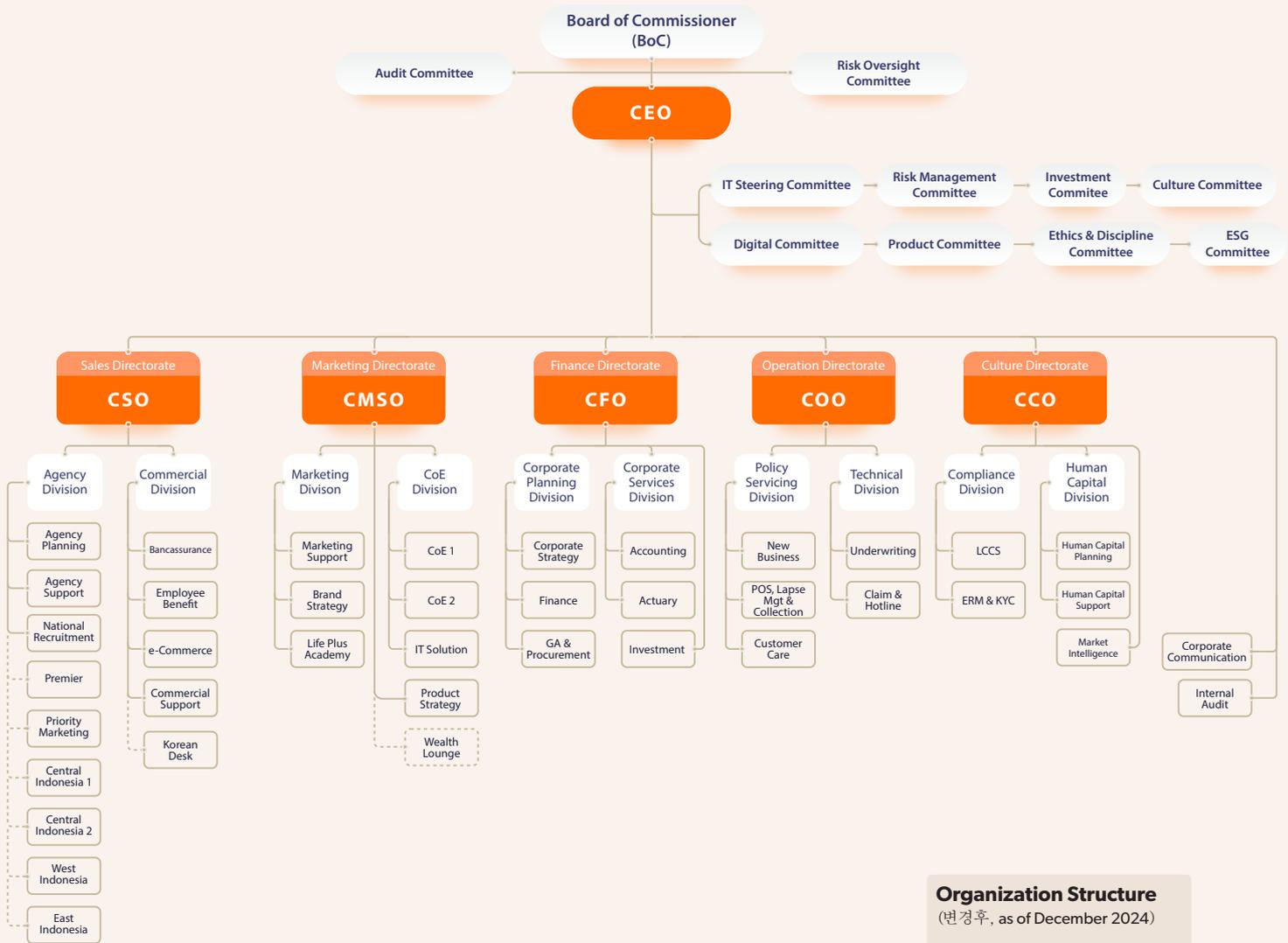
### WEALTH LOUNGE JAKARTA

World Trade Center Building, 12th Floor  
Jl. Jend. Sudirman Kav. 29, Jakarta 12920

### WEALTH LOUNGE SURABAYA

Ciputra World Mall  
Jl. Mayjen Sungkono Kav. 89, Surabaya

# Skala Organisasi



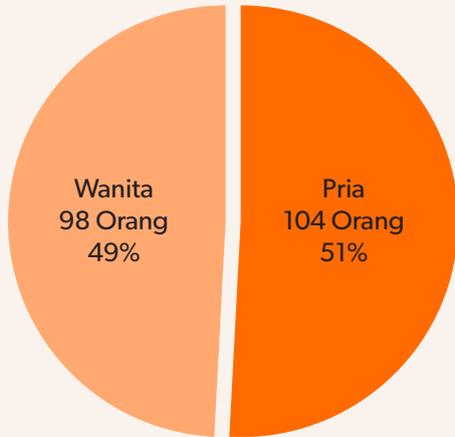
### Organization Structure

(변경후, as of December 2024)

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

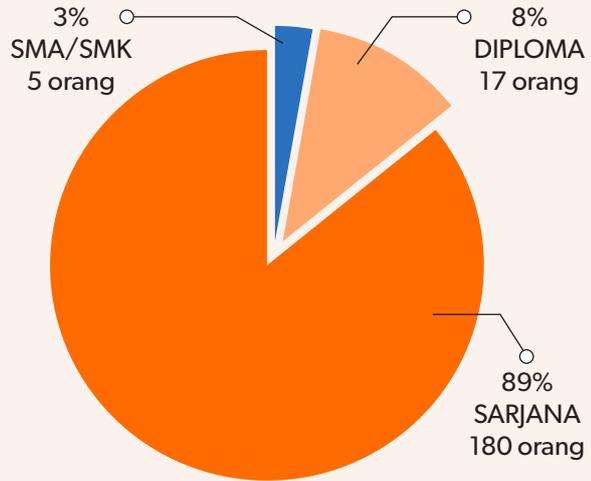
Dalam pelaksanaan kegiatan usaha, Hanwaha Life menerapkan kesetaraan dalam pengembangan karir setiap karyawannya. Melalui berbagai kegiatan internal dan eksternal, karyawan juga dilibatkan dalam kegiatan untuk menunjang pengembangan diri.

### Jenis Kelamin



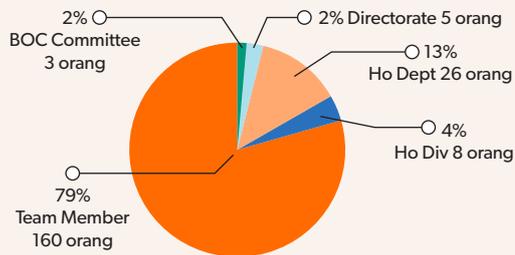
Female Male

### Pendidikan



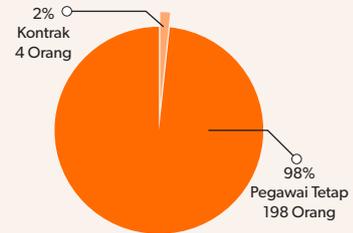
SARJANA SMA/SMK DIPLOMA

### Jabatan



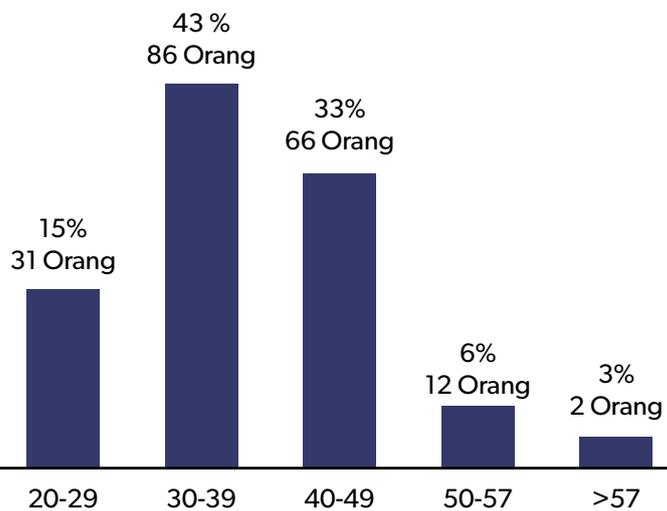
BOC Commite Directorate HoDiv HoDept Team Member

### Status Kepegawaian



Pegawai Tetap Kontrak

### Rentang Usia



## Produk Hanwaha Life Indonesia

Hanwaha Life Indonesia memiliki berbagai jenis produk Asuransi jiwa dengan manfaat beragam yang meliputi produk Asuransi Jiwa Unit Link, Asuransi Jiwa Seumur Hidup, Asuransi Dwiguna dan Asuransi Jiwa Berjangka. Pada tahun 2024 Hanwaha Life Indonesia memasarkan berbagai produk melalui berbagai jalur distribusi sebagaimana di bawah ini:

No	Jalur Distribusi	Produk dan Layanan
1	Keagenan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hanwaha Smart Invest Link</li> <li>• Hanwaha Link Single</li> <li>• Hanwaha Future Protection</li> <li>• Hanwaha Golden Life Plan A</li> <li>• Hanwaha Golden Life Plan B</li> <li>• Hanwaha Smart CI Plus</li> <li>• Hanwaha Smart CI</li> <li>• Hanwaha Saving Protection</li> <li>• Hanwaha Education</li> <li>• Hanwaha Premier Health Care</li> <li>• Hanwaha Ultimate Smart Saving</li> <li>• Hanwaha Eternal Life Protection</li> <li>• Hanwaha Optimal Protection Excellence</li> <li>• Hanwaha Saving Protection 2.0</li> <li>• Hanwaha Universal Life</li> </ul>
2	Commercial	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hanwaha Platinum Life Plan A</li> <li>• Hanwaha Platinum Life Plan B</li> <li>• Asuransi Hanwaha Bucket List Plan</li> <li>• Prima Medika Proteksi</li> <li>• Healthy Plus</li> <li>• Hanwaha Personal Accident</li> <li>• Hanwaha Credit Protector</li> </ul>
3	Kumpulan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hanwaha Medi Smart</li> <li>• Asuransi Jangka Warsa</li> <li>• Asuransi Jangka Warsa Menurun</li> <li>• Asuransi Kecelakaan Diri</li> <li>• Asuransi Jiwa Kumpul</li> </ul>

## Total Aset dan Kewajiban PT Hanwha Life Insurance Indonesia

KETERANGAN	2020	2021	2022	2023	2024*
Total Aset	2.065.906,60	2.038.125,65	2.083.513,50	2.123.069,62	2.131.924,64
Total Kewajiban	165.986,63	165.986,63	223.437,44	347.443,00	431.874,28
Total Ekuitas	1.872.139,02	1.872.139,02	1.860.076,07	1.775.626,62	1.700.050,35

Catatan:

Data dalam jutaan rupiah

\*data unaudited

### Keanggotaan Pada Asosiasi

PT Hanwha Life Insurance Indonesia belum terlibat dalam asosiasi apapun yang berkaitan dengan keuangan berkelanjutan.

## D. Penjelasan Direksi

Pemegang Saham dan Pemangku Kepentingan yang terhormat, Laporan Keberlanjutan perusahaan 2024 disusun berdasarkan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 51/POJK.03/2017 tentang Penerapan Keuangan Berkelanjutan bagi Lembaga Jasa Keuangan, Emiten, dan Perusahaan Publik dan merupakan bagian dari laporan tahunan 2024, dimana hal-hal yang berkaitan dengan data maupun profil perusahaan dapat ditemukan pada laporan tahunan 2024. Laporan Keberlanjutan ini merupakan komitmen Perusahaan dalam mendukung pembangunan berkelanjutan guna menyeimbangkan antara kepentingan bisnis dan kelestarian lingkungan di masa mendatang.

Seiring dengan kesadaran Perusahaan mengenai keseimbangan dalam pemenuhan strategi keberlanjutan, terdapat 3 hal utama, yakni manusia, lingkungan dan juga bisnis (People, Planet and Profit). Dalam usaha meningkatkan kualitas hidup individu, Perusahaan berusaha untuk menunjukkan dukungannya secara nyata.

Sebagai bagian dari komitmen untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat, Hanwha Life Indonesia terus mendukung pembangunan Pusat Pembelajaran Keluarga (PUSPA). Pada tahun 2023, kami berhasil membangun PUSPA 1 di kantor Dinas PPAPP Cempaka Putih, Jakarta Pusat, dan PUSPA 2 yang diluncurkan pada tahun 2023 dengan konsep pelayanan keluarga dan anak yang lebih lengkap. PUSPA menyediakan fasilitas seperti ruang konseling keluarga, ruang bermain anak, ruang laktasi, serta fasilitas digital untuk mendukung pendidikan dan konsultasi.

Selain itu, kami meluncurkan Mobil SAPA (Sahabat Perempuan dan Anak) pada tahun 2024 sebagai inovasi untuk pemberdayaan perempuan dan perlindungan anak. Mobil ini dilengkapi dengan ruang konseling mini, area edukasi digital, dan perangkat multimedia untuk pelatihan dan penyuluhan. Mobil SAPA diharapkan dapat menjadi tempat yang aman dan nyaman bagi masyarakat untuk berbagi, belajar, dan berkembang.

Laporan Keberlanjutan ini menggambarkan komitmen kami dalam menciptakan dampak positif yang berkelanjutan bagi masyarakat. Kami terus berupaya mewujudkan lingkungan yang lebih inklusif dan ramah bagi setiap individu melalui berbagai inisiatif sosial ini

## E. Tata Kelola Berkelanjutan

Perusahaan berkomitmen penuh untuk menerapkan prinsip Tata Kelola Perusahaan Yang Baik, sebagaimana diatur dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) No. 73/ POJK.05/2016 yang telah diubah melalui POJK No.43/POJK.05/2019 tentang Perubahan atas POJK No. 73/POJK.05/2016 tentang Tata Kelola Perusahaan Yang Baik Bagi Perusahaan Perasuransian.

Sehubungan dengan Tata Kelola Keberlanjutan, sebagai bentuk penerapan dan kepatuhan atas POJK No. 51/POJK.03/2017 tentang Penerapan Keuangan Berkelanjutan bagi Lembaga Jasa Keuangan, Emiten, dan Perusahaan Publik, Perusahaan melibatkan Direksi, Dewan Komisaris, Karyawan maupun Pejabat dan/atau Unit Kerja terkait. Uraian mengenai tugas bagi Direksi dan Dewan Komisaris, karyawan, pejabat dan/atau unit kerja yang menjadi penanggung jawab penerapan Keuangan Berkelanjutan.

### **Peran para Direksi dan Dewan Komisaris, Karyawan, Pejabat dan/atau Unit Kerja sebagai Penanggung Jawab Penerapan Keuangan Berkelanjutan**

#### 1. Direksi

Direksi adalah organ Perusahaan yang bertanggung jawab atas pengurusan Perusahaan untuk kepentingan Perusahaan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, termasuk penerapan prinsip tata kelola perusahaan yang baik, penerapan manajemen risiko, maksud dan tujuan Perusahaan, serta mewakili Perusahaan, baik di dalam maupun di luar pengadilan, sesuai dengan ketentuan anggaran dasar. Sehubungan dengan penerapan Keuangan Berkelanjutan, Direksi bertugas dan bertanggung jawab memimpin penyusunan Rencana Aksi Keuangan Berkelanjutan (RAKB) Perusahaan dan penentuan prioritas RAKB sebelum kemudian diajukan untuk mendapatkan persetujuan Dewan Komisaris. Direksi juga berkewajiban untuk memantau kinerja keberlanjutan secara keseluruhan.

#### 2. Dewan Komisaris

Dewan Komisaris adalah organ Perusahaan yang bertugas melakukan pengawasan serta memberikan nasihat kepada Direksi, sesuai dengan anggaran dasar Perusahaan yang berlaku, peraturan perundang-undangan, termasuk prinsip-prinsip tata kelola perusahaan yang baik, penerapan manajemen risiko, dan kepentingan Perusahaan, sesuai dengan maksud dan tujuan Perusahaan. Sehubungan dengan penerapan Keuangan Berkelanjutan, Dewan Komisaris bertugas dan bertanggungjawab untuk meninjau, memberikan nasihat kepada Direksi mengenai penyusunan RAKB serta memberikan persetujuan atas Rencana Aksi Keuangan Berkelanjutan (RAKB) Perusahaan.

### 3. Penanggung Jawab Penerapan Keuangan Berkelanjutan

Dalam mewujudkan penerapan Keuangan Berkelanjutan, Perusahaan telah menunjuk Chief Marketing Strategy Officer (CMSO) sebagai Penanggung Jawab program serta Departemen Corporate Communication sebagai Pelaksana Tugas untuk mengoordinasikan dan melaksanakan kegiatan rencana aksi keuangan berkelanjutan dengan bekerjasama dengan seluruh fungsi yang ada di Perusahaan.

Guna mendukung pelaksanaan Keuangan Berkelanjutan, Perusahaan selalu berusaha untuk memfasilitasi pengembangan kompetensi bagi Direksi, Dewan Komisaris, penanggung jawab penerapan Keuangan Berkelanjutan maupun karyawan secara keseluruhan.

Direksi, Dewan Komisaris dan penanggung jawab penerapan Keuangan Berkelanjutan sudah menyelesaikan pelatihan/sertifikasi kompetensi yang dipersyaratkan sesuai ketentuan yang berlaku. Hal ini tentunya akan mendukung peran Direksi, Dewan Komisaris, Penanggung Jawab Penerapan Keuangan Berkelanjutan dan/atau karyawan.

Pengembangan kompetensi juga senantiasa dilakukan oleh Perusahaan melalui program pelatihan secara berkelanjutan untuk mendukung aktivitas Perusahaan dari waktu ke waktu.

No	Nama Pelatihan	Penyelenggara
1	Inagurasi Dan Seminar "PSAK 117 Dan KUHD 251"	Perkomina
2	Pelatihan Dan Ujian Sertifikasi QRGP	LSP Cipta Karakter
3	Continuing Professional Development (Cpd) Persatuan Aktuaris Indonesia (Pai)	Pait
4	Pelatihan Dan Sertifikasi BNSP Manajemen Sumber Daya Manusia	Satu Kelas
5	Cyber Security	People Shift
6	Ms Office: Excel Training For Basic & Intermediate Skill	Cipta Karakter
7	Introduction To Personal Data Protection Based On The Indonesian Regulatory Landscape	AKHH Lawyers
8	Enhancing Analytical & Creative Thinking For Better Decisions	Markplus
9	Insurance Customer Service, Complaint Handling & Customer Protection	People Shift
10	Master Class The Role Of Data Analytics Business Intelligence And Financial Modelling In Business Decision Making	BDO
11	How To Mitigate Transition And Physical Risks In The Financial Sector	OJK
12	Coaching Clinic For Sales	Mindset Indonesia

No	Nama Pelatihan	Penyelenggara
13	Perlindungan Konsumen Di Indonesia	Hukumonline
14	Enhancing Security Framework	PT Catur Daya Solusi
15	Financial Auditing For Internal Auditors	IIA
16	Digital Risk Management in Insurance	AAJI
17	Forum to promote the collaboration among Top Korean Insurance Companies, with the goal of enhancing Fair Competition, Consumer Protection, and Financial Inclusion in Indonesia	Hanwaha Life Insurance Indonesia Samsung Fire & Marine Insurance, KB Insurance
18	Risk and Governance Summit	OJK
19	Workshop: "Investigative Interview" for Claim and Underwriting	AKHH Lawyers
20	Underwriting - Claim Collaboration to Enhance Business Process and Portfolio	PERUJI
21	Insurance Customer Service, Complaint Handling & Customer Protection	People Shift
22	National Fraud Conference	ACFE
23	Indonesia Actuaries Summit	PAI
24	Workshop Memahami dan Menyikapi Asuransi Jiwa Kredit dari Sudut Manajemen Risiko Perusahaan Asuransi	KENTARA
25	Technical Claim Investigation Workshop	Inare
26	Sosialisasi Perpajakan PP 58 dan PMK 168 tahun 2023	KENTARA
27	Workshop for Life Insurance Claim Analysis from Medical and Investigator Perspective	Marein
28	Workshop/Pelatihan Sertifikasi Internasional untuk Sales Trainer	AAJI

No	Jenis Sertifikasi	Jumlah Pegawai
1	Insurance	2
2	Risk Management	16
3	Human Resources	2
4	Actuary	6
5	Investment	2

### **Manajemen Risiko Dalam Penerapan Keuangan Berkelanjutan Terkait Aspek Ekonomi, Sosial, Dan Lingkungan Hidup**

Perusahaan menyadari pentingnya manajemen risiko yang efektif. Oleh karena itu, Perusahaan mempunyai kerangka dalam penerapan manajemen risiko, yaitu:

1. Pengawasan aktif Direksi dan Dewan Komisaris
2. Kecukupan kebijakan, prosedur, dan penetapan limit
3. Kecukupan proses identifikasi, pengukuran, pemantauan, dan pengendalian risiko dan sistem informasi manajemen risiko
4. Sistem pengendalian intern

Dalam rangka mendukung penerapan manajemen risiko, Perusahaan melakukan Pengawasan aktif Direksi dan Dewan Komisaris.

Direksi dan Dewan Komisaris bertanggung jawab dalam:

- a. Memahami risiko yang dihadapi oleh Perusahaan sebagai sebuah entitas bisnis;
- b. Memberikan arahan yang jelas;
- c. Melakukan pengawasan dan mitigasi risiko secara aktif;
- d. Mengembangkan budaya manajemen risiko di Perusahaan;
- e. Memastikan struktur organisasi yang memadai;
- f. Menetapkan tugas dan tanggung jawab yang jelas pada masing-masing unit kerja;
- g. Memastikan kecukupan kuantitas dan kualitas sumber daya manusia untuk mendukung penerapan manajemen risiko secara efektif;
- h. Memastikan struktur organisasi yang memadai untuk mendukung penerapan Manajemen Risiko yang efektif.

Selain penerapan terhadap kerangka Manajemen Risiko tersebut, Perusahaan telah mengintegrasikan aspek sosial dan lingkungan hidup dalam manajemen risiko aktivitas operasional perusahaan.

### **Keterlibatan Pemangku Kepentingan dalam Penerapan Keuangan Berkelanjutan**

Perusahaan percaya bahwa menjaga kepercayaan Pemangku Kepentingan sangat penting untuk memastikan kelangsungan usaha. Tanpa landasan kepercayaan, Perusahaan akan sulit mencapai tujuan Keuangan Berkelanjutan dan memenuhi harapan para Pemangku Kepentingan, seperti pemegang saham, nasabah, karyawan, asosiasi, mitra bisnis, pemerintah/regulator, dan masyarakat.

Perusahaan senantiasa menerapkan prinsip keterbukaan dalam proses pengambilan keputusan dan keterbukaan dalam pengungkapan dan penyediaan informasi yang relevan mengenai Perusahaan, yang mudah diakses oleh Pemangku Kepentingan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang perasuransian serta standar, prinsip, dan praktik penyelenggaraan Usaha Perasuransian yang sehat. Untuk itu, Perusahaan pun memberikan kesempatan kepada seluruh pemangku kepentingan untuk memberikan masukan dan menyampaikan pendapat bagi Perusahaan dalam menerapkan Keuangan Berkelanjutan. Keterlibatan Pemangku Kepentingan dalam penerapan Keuangan Berkelanjutan diimplementasikan baik secara langsung maupun tidak langsung, melalui laporan, rapat, konsultasi serta dialog antara Perusahaan dengan berbagai Pemangku Kepentingan yang berperan penting dalam mendukung penerapan Keuangan Berkelanjutan. Selain itu, Perusahaan juga menjunjung tinggi prinsip kesetaraan dan kewajaran (fairness) dalam memenuhi hak-hak Pemangku Kepentingan.

## **Permasalahan yang Dihadapi, Perkembangan, dan Pengaruh terhadap Penerapan Keuangan Berkelanjutan**

Kendala yang dihadapi perusahaan pada tahun 2024 cukup beragam dan mempengaruhi kinerja secara keseluruhan. Salah satu kendala utama adalah kondisi perekonomian yang belum stabil baik di tingkat global maupun domestik. Ketidakpastian geopolitik dan politik dalam negeri membuat masyarakat cenderung menunda pembelian produk asuransi, karena mereka lebih memprioritaskan kebutuhan dasar lainnya. Selain itu, banyak perusahaan asuransi yang mengalami penurunan penerimaan premi, yang mencerminkan kurangnya minat masyarakat terhadap produk asuransi dalam situasi ekonomi yang sulit ini.

Selain tantangan eksternal, perusahaan juga menghadapi masalah internal dalam hal rekrutmen tenaga pemasar. Profesi pemasar asuransi tidak menjadi pilihan utama di pasar tenaga kerja, mengingat rendahnya kesadaran berasuransi di masyarakat. Hal ini menyebabkan perusahaan kesulitan dalam mencari tenaga pemasar yang berkualitas dan berkomitmen. Selain itu, persaingan yang ketat di industri asuransi jiwa semakin memperburuk situasi, karena banyaknya pemain di pasar yang berusaha merebut pangsa pasar yang masih terbatas. Selain itu, rasio klaim yang lebih tinggi dari yang direncanakan juga menjadi tantangan besar bagi perusahaan, terutama dalam lini bisnis kesehatan.

Untuk mengatasi kendala-kendala ini, perusahaan melakukan berbagai langkah strategis. Mereka memperkuat fungsi rekrutmen dan pelatihan tenaga pemasar serta menjalankan program literasi dan inklusi keuangan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang pentingnya asuransi. Perusahaan juga fokus pada pasar dengan daya beli lebih tinggi dan mengelola risiko klaim dengan lebih ketat untuk menjaga kestabilan keuangan. Selain itu, perusahaan meningkatkan pengembangan teknologi informasi guna mendukung transformasi digital yang dapat membantu perusahaan mencapai tujuan jangka panjang dan meningkatkan layanan kepada nasabah.

## **F. Kinerja Perusahaan**

### **1) Kegiatan Membangun Budaya Keberlanjutan di Internal LJK**

Sebagai bentuk komitmen perusahaan dalam membangun budaya keberlanjutan, Hanwha Life secara terus menerus berinovasi menghasilkan kegiatan dan program yang berdampak langsung kepada masyarakat luas sebagai Eksternal, dan juga terhadap Karyawan serta Agen sebagai pihak Internal dengan melibatkan mereka secara langsung dalam interaksi dan sosialisasi program-program Literasi dan Inklusi keuangan yang telah direncanakan setiap tahunnya

Pada tahun 2024, Hanwaha Life melaksanakan berbagai program literasi dan inklusi finansial yang tidak hanya bertujuan meningkatkan pemahaman masyarakat tentang pengelolaan keuangan, tetapi juga memastikan keberlanjutannya. Program-program seperti Prepare Your Legacy di Bandung, Selling Insight for Bigger Income untuk agen, serta Hanwaha Goes to Campus di Universitas Indonesia dan Universitas Bina Nusantara, secara rutin memberikan edukasi finansial kepada mahasiswa dan profesional. Selain itu, kegiatan seperti Menabung Bersama Anak Bingkai Jalanan untuk anak-anak kurang beruntung, Keluarga Bijak, Keuangan Terjaga di Kota Malang, dan Tabungan Cinta untuk Masa Depan, Dari Ibu Hebat untuk ibu-ibu di Jakarta, merupakan bagian dari upaya berkelanjutan Hanwaha Life untuk membekali berbagai lapisan masyarakat dengan pengetahuan finansial yang berkelanjutan dan dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari, dengan harapan menciptakan kesadaran finansial yang kokoh untuk masa depan yang lebih baik.

## 2) Kinerja Ekonomi

Pendapatan Premi Bruto (Gross Premium) PT Hanwaha Life Insurance Indonesia (Perusahaan) tahun 2024 mencatatkan pencapaian tertinggi dengan membukukan IDR252,95 miliar. Perolehan ini lebih tinggi 50% dibandingkan tahun 2023 atau sebesar IDR84,40 miliar. Pertumbuhan yang kuat ini ditopang oleh pertumbuhan bisnis dari lini Kesehatan Kumpulan (87%), Direct Marketing (107%), Bancassurance (66%), dan keagenan (9%).

Hasil investasi selama tahun 2024, sesuai ekspektasi, menurun dibandingkan tahun 2023 yang disebabkan keputusan strategis investasi pada perusahaan asuransi umum dan kinerja pasar modal yang lebih rendah dibandingkan rencana.

Beban teknis (klaim dan cadangan) di tahun 2024 meningkat sejalan dengan perolehan premi yang tinggi. Sementara beban administrasi dan umum turun dibanding tahun sebelumnya, didorong dengan efisiensi dan pengurangan pengeluaran.

**Berikut adalah data kinerja Perusahaan dalam kurun waktu 5 tahun terakhir (2019-2023)**

**Berikut adalah data kinerja Perusahaan dalam kurun waktu 2019-2023**

No	Keterangan	2020	2021	2022	2023	2024*
1	Premi Bruto	72,4	103,9	111,6	168,5	252,9
2	Premi Reasuransi	8,2	4,0	7,0	8,0	35,0
3	Turun (Naik) CAPYBMP	5,9	(4,0)	(7,1)	(15,0)	4,3
4	Jumlah Pendapatan Premi Neto	70,1	95,9	97,5	145,7	222,2
5	Hasil Investasi	126,4	121,4	111,4	100,1	51,6
6	lain-lain	4,6	6,4	6,9	9,8	7,3

No	Keterangan	2020	2021	2022	2023	2024*
7	Jumlah Pendapatan	201,1	223,8	215,6	255,6	281,2
8	Beban Klaim	32,4	28,2	62,0	137,9	209,2
9	Beban Akuisisi	37,5	59,8	33,3	34,3	25,8
10	Beban Pemasaran	4,1	3,7	5,6	4,3	5,5
11	Beban Operasional	102,1	112,6	109,2	113,4	111,9
12	Jumlah Beban	176,1	204,2	210,1	289,9	352,5
13	Naik (Turun) Nilai Aset	7,3	5,7	5,6	(0,3)	(3,3)
14	Laba (Rugi) Sebelum / Setelah Pajak	17,6	30,4	0,1	(42,1)	(68,0)
15	Pendapatan Komprehensif Lain	16,1	(3,5)	(5,2)	5,2	(1,7)
16	Jumlah Laba (Rugi) Komprehensif	33,7	10,3	(5,1)	(36,8)	(69,7)

Catatan :

Data dalam Miliaran Rupiah

\*Data unaudited

## Kinerja Sosial

### a. Komitmen Memberikan Pelayanan atas Layanan Produk dan Jasa Yang Setara Kepada Konsumen

Hanwha Life berkomitmen untuk selalu memberikan pelayanan atas layanan Produk dan Jasa yang setara kepada Konsumen melalui beragam Informasi melalui hadirnya kantor pemasaran dan kantor pemasaran mandiri yang tersebar di seluruh Indonesia, memberikan pelatihan dan pembekalan kepada tenaga pemasar (Agen Asuransi) yang terdaftar melalui Lembaga sertifikasi, serta update informasi seputar perusahaan melalui channel komunikasi seperti layanan *Call Center, Customers Service, Wealth Lounge di Jakarta, Dream Plus Center, Website dan Social Media*.

### b. Bagian Ketenagakerjaan

Perusahaan berkomitmen untuk selalu menerapkan praktek kesetaraan dalam bekerja, dimana dalam proses perekrutan tidak memandang adanya perbedaan jenis kelamin, suku, ras, budaya dan agama. Perusahaan juga berkomitmen untuk tidak mempekerjakan pekerja dibawah umur sebagaimana telah diatur oleh Undang-undang.

Untuk menunjang mutu dan kualitas Sumber Daya Manusianya pun, Perusahaan mengadakan program beasiswa Aktuaria yang sudah dimulai sejak tahun 2015. Untuk program beasiswa ini, perusahaan bekerjasama dengan Soongsil University di Korea Selatan untuk program studi aktuarial. Untuk mengikuti program ini, mahasiswa jurusan aktuarial dari Universitas di Indonesia dapat berpartisipasi untuk mengikuti seleksi dokumen dan proses interview di Hanwha Life Indonesia. Setelah tahap awal tersebut, para kandidat melanjutkan proses seleksi melalui tes tertulis sebelum akhirnya mengikuti interview bersama professor dari Soongsil University dan management Hanwha Life.

Tahun	Jumlah
2015	1 Orang
2016	1 Orang
2017	1 Orang
2018	1 Orang
2019	1 Orang
2020	1 Orang
2021	-
2022	1 Orang
2023	1 Orang
2024	1 Orang

c. Bagian Sosial dan Masyarakat

Sebagai kontribusi kepada masyarakat selama tahun 2018 hingga 2024, Perusahaan telah menjalankan program CSR dengan pembangunan RPTRA, PUSPA, Mobil SAPA dan kegiatan literasi dan inklusi keuangan dengan rincian sebagai berikut:

Tahun	Proyek	Rincian Kegiatan
2018	-	Tidak ada
2019	1. Teman Mudik Hanwha	Kegiatan ini dilakukan sebagai bagian dari kegiatan literasi Asuransi kepada masyarakat Indonesia. Kegiatan ini dilakukan melalui pemberian Asuransi Jiwa selama perjalanan mudik tahun 2019 yang diberikan secara gratis kepada 932 orang yang dilakukan di area Jabodetabek, Semarang dan Medan.
	2. Hanwha Buddy	Hanwha Buddy yang merupakan komunitas peduli sosial yang beranggotakan karyawan perusahaan, melakukan dua (2) kali kegiatan perawatan area RPTRA Jaka Teratai yang telah berdiri pada tahun 2017 yang lalu. Kegiatan ini adalah bentuk aksi kelanjutan dari perusahaan untuk terus merawat dan menjalin hubungan dengan masyarakat sekitar RPTRA.
2020	1. RPTRA Anggrek Rawasari	Keberlanjutan aksi sosial perusahaan terhadap keluarga dan anak-anak dibuktikan melalui pembangunan proyek ke-2 RPTRA di area Jakarta Pusat. Penunjukan lokasi dilatar belakang oleh area sekitar RPTRA yang merupakan area tinggal dan sekolah yang tidak memiliki tempat yang layak untuk anak-anak berkegiatan terutama se usai sekolah. Area yang sebelumnya merupakan tempat pembuangan sampah, kini diubah menjadi area bermain ramah anak. Area yang sudah disiapkan sejak akhir 2019, akhirnya secara resmi selesai pembangunannya pada Juli 2020.

	2. Donasi Hanwha Buddy	Kondisi pandemi yang melanda dunia dan menyebabkan banyak masyarakat khususnya di Jakarta yang ikut terdampak secara ekonomi, menjadikan perusahaan merasa wajib untuk turun secara langsung memberikan bantuan kepada masyarakat khususnya yang tinggal di sekitar area RPTRA. Perusahaan memberikan bantuan 500 paket sembako dan juga 1,000 paket sanitasi. Penyaluran bantuan ini juga mendapatkan bantuan dari pihak Dinas PPAPP DKI Jakarta.
	3. RPTRA Kayumas	Meneruskan proyek RPTRA yang sudah berjalan sebelumnya, perusahaan terus berusaha untuk dapat memenuhi kesejahteraan masyarakat khususnya bagi anak dan keluarga. Maka dari itu, melalui proyek RPTRA Kayumas yang sudah direncanakan juga sejak 2019, berhasil untuk dilakukan pada semester kedua tahun 2020 dan selesai pembangunannya pada Desember 2020.
2021	1. RPTRA VLABOEAN, Klender	Komitmen perusahaan untuk terus memberikan dukungan kepada pemerintah terutama masyarakat dalam meningkatkan kualitas hidup melalui tanggung jawab social CSR terus berlanjut di 2021. Ditunjukkan dengan pembangunan RPTRA ke 4 yang berlokasi di Klender, Jakarta Timur. Groundbreaking telah dilakukan pada Juni 2021 lalu, dan peresmian dilakukan pada tanggal 2 Desember 2021.  Bertfokus untuk meningkatkan pemberdayaan di tengah masyarakat melalui kegiatan kreativitas dan produktivitas, pembangunan RTRA di atas lahan seluas 1.011 m2 ini akan dilengkapi dengan ruang perpustakaan, ruang serbaguna, ruang laktasi, PKK Mart dan playground.
	2. PUSPA, Jakarta	Memberikan arti lebih dengan cinta dan dukungan yang berkelanjutan, di tahun yang sama Hanwha Life Indonesia bekerjasama dengan Dinas PPAPP DKI Jakarta membangun fasilitas Pusat Pelayanan keluarga (PUSPA) yang selesai dibangun dan diharapkan dapat beroperasi penuh di tahun 2022.
2022	1. Launching PUSPA, Jakarta International Stadium	Melalui komitmen tiada henti untuk mendukung program pemerintah, setelah rampung di Bangun pada 2022 awal Pusat Pelayanan Keluarga (PUSPA) yang berlokasi di kantor Dinas PPAPP DKI Jakarta (Cempaka Putih) sudah dapat beroperasi di Q1 2022 dan diresmikan oleh Gubernur DKI Jakarta, Anies Baswedan pada acara Jakarta Menyapa (Juli 2022) dan dapat digunakan oleh masyarakat Jakarta.

	<p>2. Hadiahkan Cinta kepada Anak RPTRA</p>	<p>Program peningkatan Literasi Keuangan berkelanjutan yang Hanwha Life lakukan kepada masyarakat dan anak berlanjut di RPTRA Vlabeoan dengan mengadakan kegiatan Launching buku dan video Animasi “Aku Pahami Asuransi” di bulan Agustus 2022.</p> <p>Selain memberikan edukasi literasi keuangan melalui sarana digital agar lebih mudah dipahami, kegiatan ini menjadi aksi berkelanjutan yang melibatkan Hanwha Buddy dengan mengajak masyarakat sekitar untuk memahami pentingnya memiliki asuransi dan cara mengatur keuangan dengan baik.</p>
<p>2023</p>	<p>1. <i>“Sharing Love, Connecting Hearts with Hanwha Life”</i></p> <p>2. Menabung Untuk Masa Depan</p> <p>3. Generasi Muda Pintar: Mengasah Pengetahuan Keuangan Untuk Masa Depan</p> <p>4. Menuju Indonesia Maju Melalui Literasi &amp; Inklusi Keuangan</p>	<p>Seiring dengan Campaign ORANGE WAVE 2023 yang dimana salah satunya adalah Perusahaan menerapkan Value yaitu prinsip-prinsip dan nilai-nilai yang mendasari segala aktivitas perusahaan. Nilai-nilai tersebut meliputi semua aspek perusahaan, seperti misi, visi, tujuan, kebijakan, struktur organisasi, budaya kerja, sistem manajemen, komunikasi, inovasi, CSR, dan lain-lain.</p> <p>Hal ini menjadi salah satu aksi dari Hanwha Life Indonesia untuk menerapkan nilai perusahaan dengan cara membuat program Literasi di salah satu RPTRA Jakarta Timur yaitu RPTRA Vlabeoan, Klender.</p> <p>Sasaran program ini adalah anak-anak dengan kegiatan belajar dan bermain bersama Hanwha Buddy.</p> <p>Selain literasi, Hanwha Life Indonesia juga mensosialisasikan pentingnya menjaga Kesehatan badan. Pada kesempatan ini Hanwha Life Indonesia melakukan tes Kesehatan yang diperuntukkan bagi orang tua yang mendampingi anak-anak yang hadir pada saat itu, dengan bekerjasama dengan salah satu rumah sakit swasta.</p> <p>Hanwha Life Indonesia mengadakan Literasi Keuangan untuk anak-anak di RPTRA Kayu Mas, Pulogadung, Jakarta Timur yang bertemakan “Menabung Untuk Masa Depan”. Kegiatan ini mengajak anak-anak untuk mengetahui pentingnya literasi keuangan yang diperoleh sejak dini untuk menunjukkan perlunya pendidikan keuangan yang terintegrasi dalam kurikulum pendidikan, serta dukungan dari keluarga dan komunitas untuk mengembangkan keterampilan keuangan yang kuat sejak usia dini.</p> <p>Bekerja sama Universitas UHAMKA, Hanwha Life Indonesia mengadakan literasi dan inklusi keuangan pada Kamis, 12 Oktober 2023, bersama para mahasiswa/i dari Fakultas Ekonomi &amp; Bisnis UHAMKA.</p> <p>Hanwha Life Indonesia berkolaborasi dengan partner dalam kegiatan Finansial Literasi dan Inklusi Keuangan dengan APINDO Kalimantan Timur dan Ciptadana Asset Management Kamis, 12 Oktober 2023, di Balikpapan</p>

2024	Mobil SAPA (Sahabat Perempuan dan Anak)	<p>Sebagai bagian dari komitmen berkelanjutan dalam mendukung pemberdayaan perempuan dan perlindungan anak, Hanwaha Life Indonesia kembali menghadirkan inovasi dalam layanan sosial melalui peluncuran <b>Mobil SAPA (Sahabat Perempuan dan Anak)</b>. Proyek Mobil SAPA sudah diinisiasi pada tahun 2024 dan fasilitas ini secara resmi diluncurkan pada 16 Januari 2025 oleh Penjabat Gubernur DKI Jakarta di halaman Balai Kota Jakarta.</p> <p>Mobil SAPA dilengkapi dengan berbagai fasilitas pendukung seperti ruang konseling mini, area edukasi digital, serta perangkat multimedia untuk pelatihan dan penyuluhan. Diharapkan, mobil ini tidak hanya menjadi sarana penyuluhan, tetapi juga tempat yang aman dan nyaman bagi masyarakat untuk berbagi, belajar, dan berkembang.</p>
------	---	---

## Tanggung Jawab Pengembalian Produk dan / atau Jasa Keuangan Berkelanjutan

### a. Inovasi dan pengembangan Produk dan/atau Jasa Keuangan Berkelanjutan

Pada tahun 2024, Perusahaan sudah melakukan beberapa inisiatif dalam pengembangan produk-produk baru sebagai berikut:

1. Pelaporan persetujuan produk baru Hanwaha Eternal Life Protection tanggal 8 Desember 2023 yang kemudian disetujui pada tanggal 25 April 2024.

Hanwaha Eternal Life Protection merupakan produk asuransi dasar seumur hidup yang memberikan manfaat meninggal dunia baik karena kecelakaan atau meninggal dunia secara alami serta manfaat akhir kontrak berupa uang pertanggungan. Selain itu terdapat juga pilihan manfaat nilai tunai berjangka yang dapat digunakan oleh nasabah untuk menikmati nilai tunai yang telah terbentuk dalam bentuk cicilan bulanan dengan pilihan tenor 5 atau 10 tahun. Produk ini memiliki masa asuransi hingga bertanggung berusia 100 tahun dengan pilihan cara bayar berkala selama 5, 8 atau 12 tahun.
2. Pelaporan persetujuan produk baru Hanwaha Optimal Protection Excellence tanggal 11 Desember 2023 yang kemudian disetujui pada tanggal 16 Mei 2024.

Hanwaha Optimal Protection Excellence merupakan produk asuransi dasar PAYDI yang memiliki manfaat meninggal dunia baik karena kecelakaan atau meninggal dunia secara alami serta manfaat hidup berupa akumulasi nilai dana pada akhir kontrak. Produk ini juga memberikan perlindungan ekstra bagi pemegang polis atau penerima manfaat atas risiko meninggal dunia karena kecelakaan tanpa biaya tambahan. Produk ini memiliki masa asuransi hingga bertanggung berusia 99 tahun serta dapat dilekatkan beragam asuransi tambahan.

3. Pelaporan persetujuan produk baru Hanwaha Saving Protection 2.0 tanggal 29 Februari 2024 yang kemudian disetujui pada tanggal 13 September 2024.  
Hanwaha Saving Protection 2.0 merupakan produk asuransi jiwa dwiguna yang manfaat utamanya adalah meninggal dunia karena kecelakaan atau meninggal dunia secara alami hingga 600% premi tahunan serta manfaat akhir kontrak hingga 725% premi tahunan. Produk ini memiliki dua pilihan masa bayar yaitu 4 atau 5 tahun serta dua pilihan seleksi risiko yang dapat dipilih sesuai kebutuhan nasabah.
  
4. Pelaporan persetujuan produk baru Hanwaha Universal Life tanggal 11 Juni 2024 yang kemudian disetujui pada tanggal 13 September 2024.  
Hanwaha Universal Life merupakan produk asuransi jiwa seumur hidup yang manfaat utamanya adalah meninggal dunia karena kecelakaan atau meninggal dunia secara alami berupa uang pertanggungan ditambah bonus polis (jika ada) serta manfaat akhir kontrak berupa akumulasi nilai tunai yang terbentuk. Akumulasi nilai tunai memiliki tingkat bunga pengembangan investasi minimum yang berpotensi lebih tinggi bergantung pada kinerja investasi perusahaan. Produk ini memiliki dua pilihan cara bayar yaitu sekaligus atau berkala selama 5 atau 10 tahun yang dapat dipilih sesuai kebutuhan nasabah.
  
5. Pelaporan produk baru Hanwaha Credit Protector tanggal 12 November 2024 yang kemudian disetujui pada tanggal 15 November 2024.  
Hanwaha Credit Protector merupakan produk asuransi jiwa kredit kumpulan yang manfaat utamanya adalah meninggal dunia karena kecelakaan atau meninggal dunia secara alami berupa uang pertanggungan atau sisa pinjaman secara serta manfaat pengembalian premi apabila perlindungan berakhir disebabkan karena pelunasan pinjaman lebih awal, pengunduran diri yang dilakukan oleh nasabah. Produk ini memiliki cara bayar sekaligus dengan pilihan tenor asuransi mulai dari 1 hingga 20 tahun yang dapat dipilih sesuai kebutuhan nasabah.

#### **b. Evaluasi Produk Asuransi Tahun 2024**

Sehubungan dengan pemberlakuan Peraturan OJK No.20 Tahun 2023 tentang Produk Asuransi Yang Dikaitkan Dengan Kredit Atau Pembiayaan Syariah Dan Produk Suretyship atau Suretyship Syariah maka Perusahaan telah menyempurnakan produk asuransi jiwa kredit agar sepenuhnya memenuhi ketentuan yang berlaku. Lebih lanjut, Perusahaan juga telah melakukan penyesuaian prosedur internal menyikapi Surat Edaran OJK No. 14/SEOJK.05/2024 tentang Persetujuan dan Pelaporan Produk Asuransi dan Peraturan OJK No. 8 Tahun 2024 tentang Produk Asuransi dan Saluran Pemasaran Produk Asuransi. Upaya ini merupakan wujud komitmen Perusahaan untuk memberikan kepastian dan kenyamanan bagi masyarakat, khususnya calon nasabah, bahwa seluruh operasional Perusahaan senantiasa berpedoman pada prinsip kepatuhan regulasi

## Prosedur Singkat

# Layanan Pengaduan

PT Hanwha Life Insurance Indonesia ("Hanwha Life") menyediakan beragam media komunikasi bagi Nasabah untuk mengakses informasi Polis yang dimiliki dan menyampaikan permintaan atau pengaduan terkait Polis dan layanan yang dimiliki. Berikut media yang tersedia bagi Nasabah :



**Hanwha Life Care Line**  
0800-111-8877 (toll free)  
Senin-Jumat 08.30 – 17.30 WIB  
(Di luar hari libur nasional)

**Whatsapp**  
0811-1371-0100

**E-mail**  
care@hanwhalife.co.id

**Aplikasi Portal  
Perlindungan Konsumen  
(APPK) OJK**  
www.kontak157.ojk.go.id

**Website**  
www.hanwhalife.co.id

**Walk in Customer Care**  
PT. Hanwha Life Insurance Indonesia  
Permata Kuningan Building,  
Ground Floor, Jl. Kuningan Mulya  
Kav. 9C Jakarta 12980  
Senin-Jumat 08.30 – 17.30 WIB  
(Di luar hari libur nasional)

**Apps**  
HanwhaSmart  
(Android & Ios)

### Dokumen yang dibutuhkan untuk penyampaian pengaduan secara tertulis:

1. Formulir Komplain yang sudah diisi lengkap
2. Fotokopi Kartu Tanda Penduduk (KTP) Pemegang Polis, untuk nasabah Warga Negara Asing: fotokopi Passport dan Kartu Izin Tinggal Terbatas (KITAS)
3. Apabila yang menyampaikan pengaduan bukan Pemegang Polis, maka wajib menyertakan Surat Kuasa bermeterai Rp 10.000,- dari Pemegang Polis kepada penerima kuasa, dan fotokopi Kartu Tanda Penduduk (KTP) Penerima Kuasa
4. Dokumen pendukung lainnya yang berhubungan / relevan atas pengaduan yang dipandang perlu oleh Hanwha Life

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

PT Hanwha Life Insurance Indonesia berizin dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan

**Pengaduan tidak  
dipungut biaya  
apapun!**

## Publikasi Penanganan Pengaduan

Periode : Januari - Desember 2024

PT Hanwha Life Insurance Indonesia

No.	Jenis Transaksi Keuangan	Selesai		Dalam Proses		Tidak Selesai		Jumlah
		Jumlah	Presentase	Jumlah	Presentase	Jumlah	Presentase	Pengaduan
1	Permintaan Pengembalian Premi	1	100	0	0	0	0	1
2	Pencairan Klaim Ditolak	2	100	0	0	0	0	2
3	Data Tidak Akurat	1	100	0	0	0	0	1
4	Kesulitan Klaim	1	100	0	0	0	0	1
5	Pemulihan Polis	0	100	0	0	0	0	0
6	Pembatalan / Penutupan Polis	3	100	0	0	0	0	3
7	Pembayaran Premi	4	100	0	0	0	0	4
<b>Total</b>								<b>14</b>

Laporan layanan pengaduan nasabah telah dibuat sesuai dengan Peraturan OJK No. 22 Tahun 2023 tentang Pelindungan Konsumen dan Masyarakat di Sektor Jasa Keuangan.