

Laporan Tahunan 2013

Annual Report 2013



Driving Service Towards Excellent Results

Driving Service Towards Excellent Results

Laporan Tahunan / Annual Report 2013

Head Office

Allianz Tower
Jl. HR. Rasuna Said
Kawasan Kuningan Persada Super Blok 2
Jakarta 12980
Phone : +6221-2926 8888
Call Center : +6221-2926 9999
Fax : +6221-2926 8080 (Allianz Life Indonesia)
+6221-2926 9090 (Allianz Utama Indonesia)
Email : contactus@allianz.co.id (Allianz Life Indonesia)
feedback@allianz.co.id (Allianz Utama Indonesia)

Allianz Indonesia

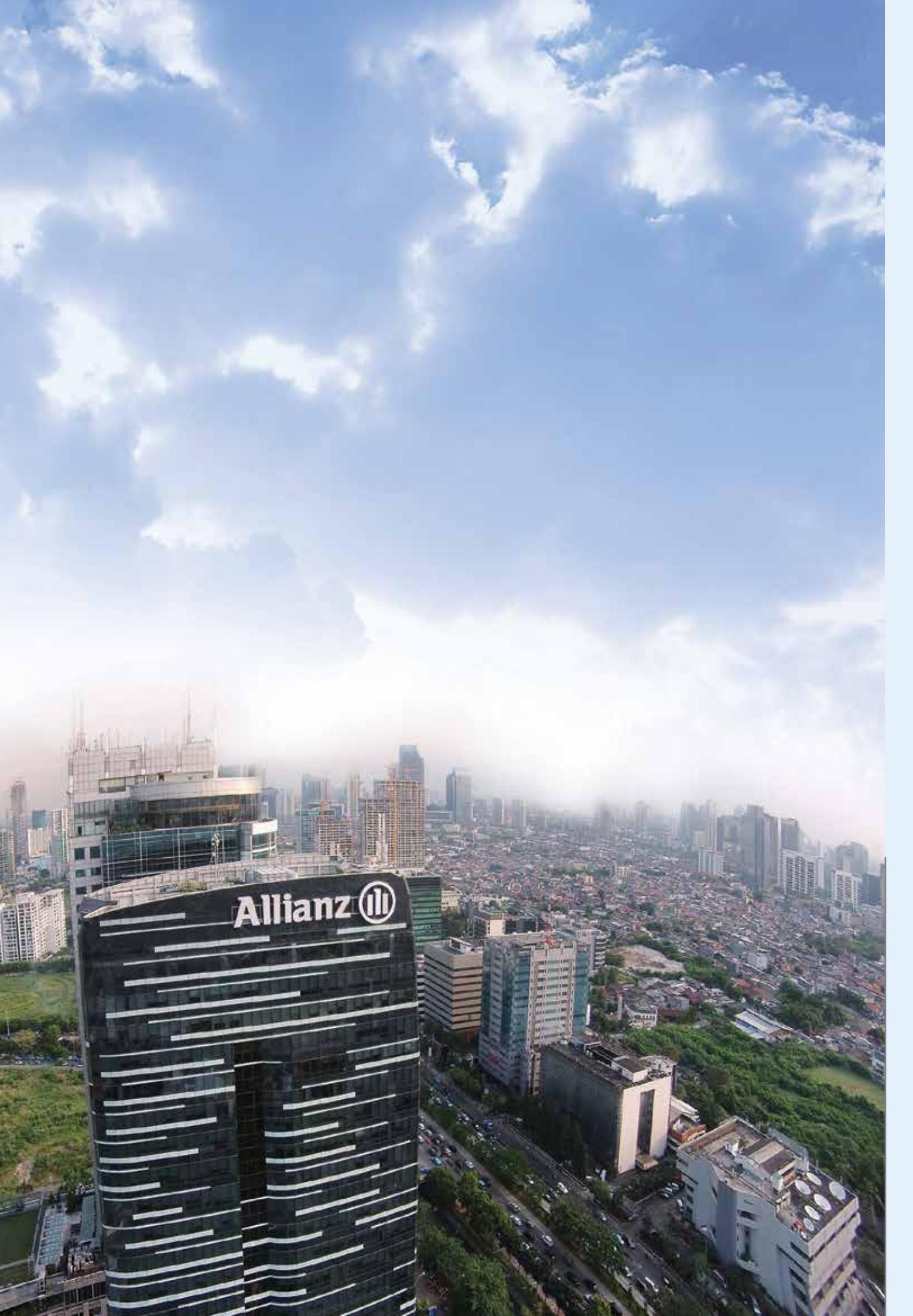
Visi Vision

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

Misi Mission

Allianz Indonesia is recognized for Providing Insurance Protection and Financial Solutions in a High Performance Culture to achieve sustainable returns.





25 Tahun Melindungi Masyarakat Indonesia

Untuk merayakan 25 tahun dalam melayani konsumen dan perusahaan di Indonesia dengan komitmen dan dedikasi yang kuat, kami di Allianz Indonesia mempersembahkan Laporan Tahunan 2013. Laporan ini merupakan cerminan dari kerja keras kami untuk memberikan pelayanan yang terpercaya kepada nasabah.

Didukung oleh besarnya cakupan operasional yang menjangkau 46 kota di seluruh negeri, dengan dukungan lebih dari 1.200 profesional yang berdedikasi, serta lebih dari 17.000 tenaga pemasaran, dan juga mitra perbankan serta kemudahan akses, Allianz Indonesia terus maju untuk bertumbuh dan mewujudkan visi: menjadi pilihan pertama, merek yang terpercaya dalam memenuhi janji-janjinya dengan pengalaman yang tak terlupakan.

25 Years Protecting Indonesian People

Celebrating 25 years serving the Indonesian consumers and companies with strong commitment and dedication, we at Allianz Indonesia would like to present our 2013 Annual Report. This report is the embodiment of our hard work to deliver reliable services to our customers.

Capitalizing on extensive operations in 46 cities nationwide, more than 1,200 dedicated professionals and a network of more than 17,000 sales forces, also bank partners and easy access, Allianz Indonesia is moving forward to grow and realise our vision: to be the first choice, trusted brand that delivers promises with memorable experience.

Daftar Isi

Table of Content

Allianz Indonesia

PT Asuransi Allianz Life Indonesia

PT Asuransi Allianz Utama Indonesia

Allianz Tower

Jl HR Rasuna Said

Kawasan Kuningan Persada Super Blok 2

Jakarta Selatan 12980

Phone : +62 21 2926 8888

Call Center : +62 21 2926 9999

Fax : +62 21 2926 8080 (Life)

+62 21 2926 9090 (Utama)

www.allianz.co.id



Allianz Indonesia Community



@AllianzId



- | | |
|----|--|
| 4 | Ikhtisar Keuangan
<i>Financial Highlights</i> |
| 8 | Ragam Penghargaan
<i>Awards</i> |
| 11 | Sambutan Country Manager &
Direktur Utama Allianz Life
<i>Message from Country Manager &
President Director Allianz Life</i> |
| 15 | Sambutan Presiden Direktur Allianz Utama
<i>Message from President Director Allianz Utama</i> |



- | | |
|----|---|
| 20 | Profil Perusahaan
<i>Company Profile</i> |
| 24 | Peristiwa-peristiwa Penting 2013
<i>Significant Events of 2013</i> |
| 26 | Dewan Komisaris
<i>Board of Commissioners</i> |
| 27 | Dewan Pengawas Syariah
<i>Sharia Supervisory Board</i> |
| 27 | Komposisi Pemegang Saham di Indonesia
<i>Allianz Shareholders in Indonesia</i> |
| 28 | Profil Direksi
<i>Profile of the Board of Directors</i> |



- | | |
|----|--|
| 36 | Kekuatan Finansial
<i>Financially Strong</i> |
| 40 | Keunggulan Operasional
<i>Operational Excellence</i> |
| 46 | Tata Kelola Perusahaan yang Baik
<i>Good Corporate Governance</i> |
| 56 | Mitra Terpercaya
<i>Trusted Partner</i> |
| 70 | Profesional Terbaik
<i>Best People</i> |
| 76 | Tanggung Jawab Sosial
<i>Corporate Social Responsibility</i> |



- | | |
|----|--|
| 82 | Kantor Cabang dan Jaringan Pemasaran
Allianz Indonesia
<i>Inter-branch and Marketing Network
Allianz Indonesia</i> |
|----|--|

Allianz Jakarta Heart Run



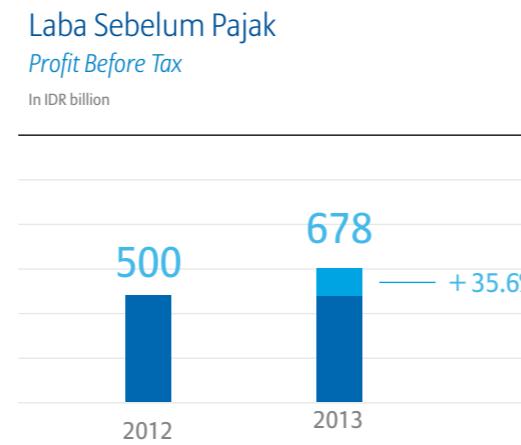
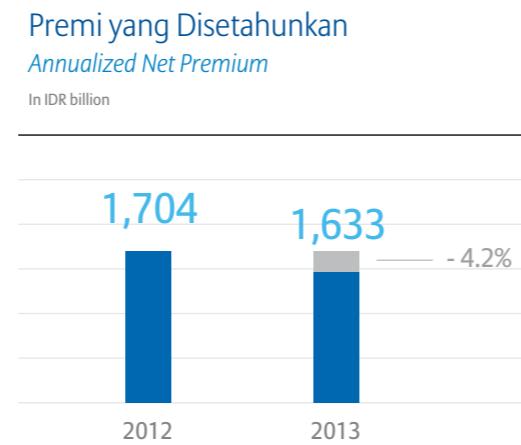
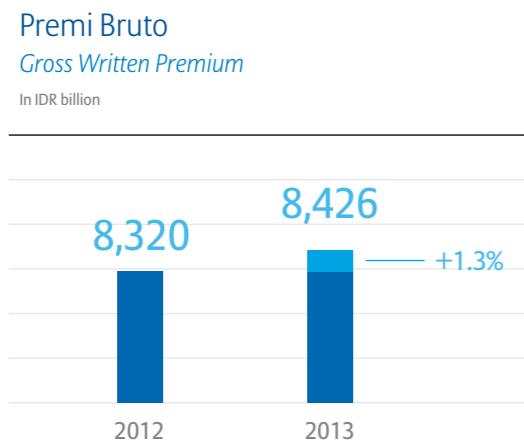
Sebagai aksi nyata untuk mengajak masyarakat menerapkan gaya hidup sehat melalui olah raga sekaligus untuk memperingati Hari Jantung Sedunia yang jatuh setiap tanggal 29 September, Allianz Indonesia dan Yayasan Jantung Indonesia (YJI) menggelar acara lomba lari dan jalan santai Allianz Jakarta Heart Run (AJHR) 2013. Dalam dua kali pelaksanaannya, AJHR berhasil menarik minat kurang lebih 10.000 peserta setiap tahunnya.

A definitive action to infuse the healthy lifestyle by exercising among the general public, as well as to commemorate the World Heart Day on every September 29, in 2013 Allianz Indonesia and Yayasan Jantung Indonesia (YJI) held the Allianz Jakarta Heart Run (AJHR) road running and walking event. Held two times already, AJHR managed to attract approximately 10,000 participants each years.

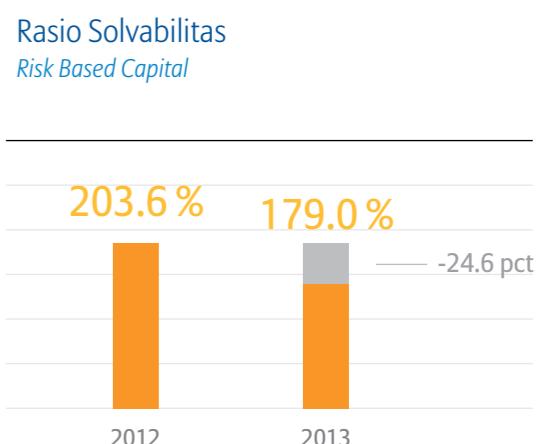
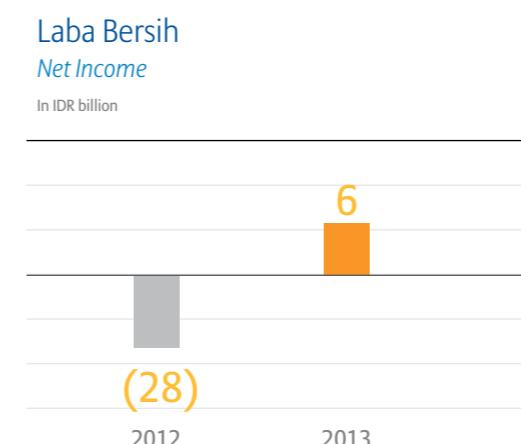
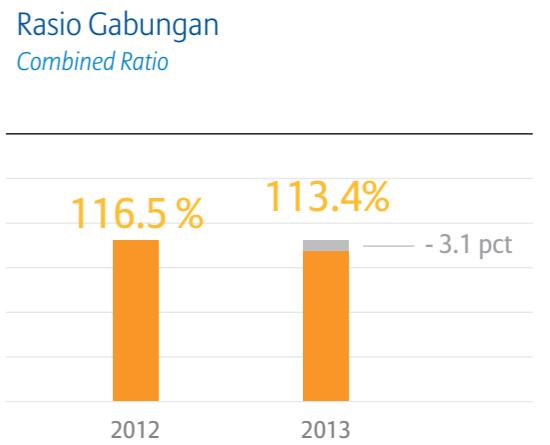
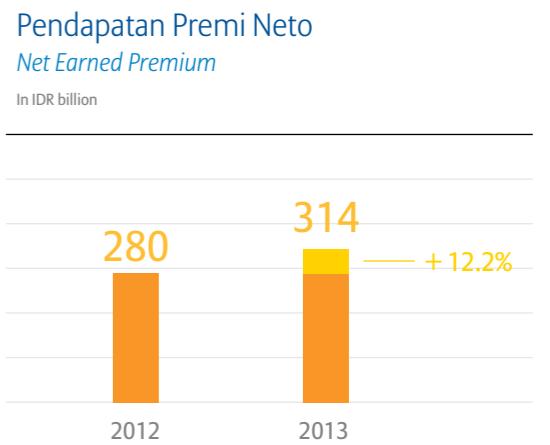
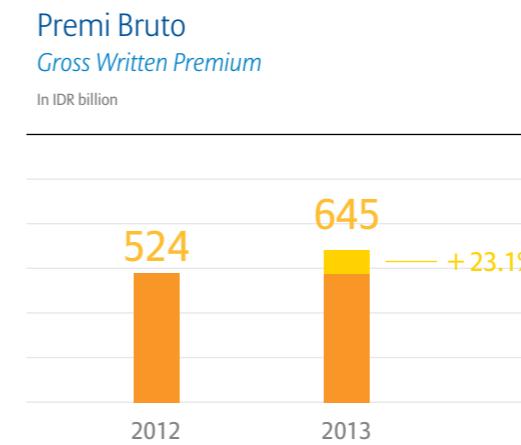
Ikhtisar Keuangan

Financial Highlights

Allianz Life



Allianz Utama



PT Asuransi Allianz Life Indonesia

Financial Highlights 2009-2013

	2009 In IDR Million	2010 In IDR Million	2011 In IDR Million	2012 In IDR Million	2013 In IDR Million
Premi Bruto <i>Gross Written Premium</i>	3,362,819	4,875,751	6,781,015	8,319,594	8,426,350
Beban Klaim <i>Claim Expenses</i>	(3,466,025)	(4,708,940)	(5,741,922)	(7,418,609)	(5,847,037)
Pendapatan Investasi Bruto <i>Gross Investment Income</i>	1,277,099	1,391,386	899,980	1,488,261	353,664
Beban Usaha <i>Operational Expenditure</i>	(785,653)	(1,091,201)	(1,383,954)	(1,667,417)	(2,002,512)
Laba Sebelum Pajak <i>Profit Before Tax</i>	240,480	340,797	419,002	499,621	678,484
Laba Bersih <i>Net Income</i>	205,784	295,738	365,556	359,735	513,599
Jumlah Aset <i>Total Assets</i>	8,407,337	11,663,741	15,471,082	19,709,078	21,604,171
Jumlah Investasi <i>Total Investments</i>	8,209,022	11,381,226	14,975,524	19,292,678	20,208,736
Jumlah Kewajiban dan Cadangan Teknis <i>Total Liabilities & Technical Reserve</i>	7,543,151	10,325,252	13,512,580	16,968,203	18,809,711
Ekuitas <i>Equity</i>	832,729	1,275,315	1,885,201	2,631,017	2,604,159
Dana Tabarru' <i>Tabarru' Fund</i>	31,457	63,174	73,301	109,858	190,301

PT Asuransi Allianz Utama Indonesia

Financial Highlights 2009-2013

	2009 In IDR Million	2010 In IDR Million	2011 In IDR Million	2012 In IDR Million	2013 In IDR Million
Premi Bruto <i>Gross Written Premium</i>	905,195	756,934	699,475	524,048	644,852
Premi Neto <i>Net Written Premium</i>	421,882	330,481	356,441	254,760	351,963
Pendapatan Premi Neto <i>Earned Premium</i>	420,620	367,167	352,917	279,768	314,110
Beban Klaim <i>Claim Expenses</i>	(294,148)	(239,517)	(263,118)	(168,098)	(166,330)
Hasil Underwriting <i>Underwriting Surplus</i>	64,507	62,428	22,157	49,385	68,215
Pendapatan Investasi Bruto <i>Gross Investment Income</i>	66,412	67,046	36,474	20,467	53,174
Beban Usaha <i>Operational Expenditure</i>	(89,124)	(90,375)	(113,713)	(95,611)	(110,241)
Laba Sebelum Pajak <i>Profit Before Tax</i>	35,005	39,456	(53,982)	(25,759)	11,148
Laba Bersih <i>Net Income</i>	33,231	37,511	(65,028)	(28,341)	5,663
Jumlah Aset <i>Total Assets</i>	896,974	785,256	749,129	1,204,051	1,426,389
Jumlah Investasi <i>Total Investments</i>	693,901	504,935	497,761	530,527	689,490
Jumlah Kewajiban dan Cadangan Teknis <i>Total Liabilities & Technical Reserve</i>	605,369	479,819	513,330	859,702	1,057,708
Ekuitas <i>Equity</i>	289,768	303,331	232,968	342,446	366,675
Dana Tabarru' <i>Tabarru' Fund</i>	1,837	2,106	2,831	1,903	2,006

Ragam Penghargaan Awards

Penghargaan Allianz Life 2013 Awards in 2013 for Allianz Life



2nd Rank The Most Expansive Insurance
Islamic Life Insurance
Sharia Unit Asset \geq IDR 100 billion
The 9th Islamic Finance Awards 2013
Karim Business Consulting



3rd Rank The Best Islamic Life Insurance
Sharia Unit Asset \geq IDR 100 billion
The 9th Islamic Finance Awards 2013
Karim Business Consulting



Golden Award for Achieving Excellent Total Service Quality Satisfaction
Service Quality Awards
Marketing Magazine and Care Consulting

Penghargaan Allianz Utama 2013 Awards in 2013 for Allianz Utama



1st Rank The Most Profitable Investment
Islamic General Insurance Asset < IDR 50 Bn
The 9th Islamic Finance Awards 2013
Karim Business Consulting



1st Rank The Most Expansive Islamic General Insurance Asset < IDR 50 Bn
The 9th Islamic Finance Awards 2013
Karim Business Consulting



1st Rank The Best Islamic General Insurance Asset < IDR 50 Bn
The 9th Islamic Finance Awards 2013
Karim Business Consulting



Indonesia Service to Care Champion 2013
Category Life Insurance
Service to Care Champion 2013 for Life Insurance Category
Marketeers & MarkPlus Insight



Smart Legacy
The Most Favorite Life Insurance Product
Asuransi Jiwa Seumur Hidup Favorit Bisnis Indonesia Insurance Award 2013



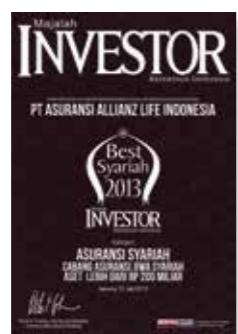
Excellent Financial Performance 2012
Infobank 14th Insurance Awards 2013
Infobank Magazine



2nd Rank The Best Risk Management
Islamic General Insurance Asset < IDR 50 Bn
The 9th Islamic Finance Awards 2013
Karim Business Consulting



Top 10 Producer
Category A
Maipark Top Producers Award 2013



Best Syariah 2013 – kategori Asuransi Syariah Cabang
Asuransi Jiwa Syariah Asset > IDR 200 Bio
Investor Syariah Award - Investor Magazine



Best Life Insurance 2013
dengan Ekuitas Rp 750 miliar ke atas
Media Asuransi Insurance Award 2013



Joachim Wessling

Country Manager & Direktur Utama Allianz Life
Allianz Life Country Manager & President Director

Sambutan Country Manager & Direktur Utama Allianz Life

Message from Allianz Life Country Manager & President Director

Pemangku Kepentingan yang terhormat,

Atas nama Direksi PT Asuransi Allianz Life Indonesia, saya ingin menyampaikan salam hangat kepada para nasabah, mitra bisnis, dan pemegang saham. Kita telah mengakhiri tahun 2013 dengan pertumbuhan Pendapatan Premi Bruto (PPB) yang moderat - yaitu Rp 8,4 triliun dari Rp 8,3 triliun pada tahun 2012. Laba bersih meningkat signifikan dibandingkan dengan tahun sebelumnya, dari Rp 360 miliar menjadi Rp 514 miliar.

Kami juga bangga dengan pertumbuhan rata-rata per tahun Perusahaan (*Compounded Annual Growth Rate*) sebesar 23,8% selama periode 2008-2013.

Hasil pada tahun 2013 merefleksikan melambatnya pertumbuhan ekonomi Indonesia, menyusul kenaikan suku bunga Bank Indonesia (BI) pada bulan Juni 2013 yang dilakukan untuk menekan kenaikan nilai tukar terhadap dolar AS. Sebabnya, karena negara menghadapi defisit neraca perdagangan, yang akhirnya menyebabkan anjloknya nilai rupiah secara drastis.

Kami meyakini perlambatan pasar dapat terjadi dari waktu ke waktu, namun kami masih melihat potensi pertumbuhan bisnis yang kuat mengingat penetrasi asuransi yang masih rendah di Indonesia.

Meski para ekonom mengemukakan berbagai peluang cerah di masa mendatang, kami juga masih menghadapi tantangan yang sulit, yaitu untuk menyediakan pendidikan keuangan bagi negara yang penetrasi asuransinya masih rendah.

Dengan Pendapatan Domestik Bruto (PDB) sekitar USD 3.500, masyarakat Indonesia umumnya mengutamakan kebutuhan lain daripada asuransi. Pendapatan tambahan biasanya digunakan untuk membeli peralatan elektronik dan alat transportasi seperti sepeda motor atau mobil.

Respected Stakeholders,

On behalf of The Board of Directors of PT Asuransi Allianz Life Indonesia, I would like to extend a warm greeting to our customers, business partners, and shareholders. We have ended 2013 with moderate growth in GWP – to IDR 8.4 trillion from IDR 8.3 trillion in 2012. Our net profit increased significantly compared to that of the previous year, from IDR 360 billion to IDR 514 billion.

We are also very pleased that our CAGR (Compounded Annual Growth Rate) stood at 23.8% during 2008-2013.

The results in 2013 reflect the cooling off of Indonesian economy, following the rise of BI (Bank Indonesia) rate in June 2013 intended to arrest the hike of US dollar exchange rate. On the background, the country was mired in trade deficit, which eventually culminated in the drastic depreciation of rupiah.

We believe the market cools off from time to time, yet we still see very strong growth potential given the low insurance penetration in Indonesia.

As much as all economists paint lucrative opportunities ahead of us, we also see significant challenges – namely providing financial education in a low insurance penetrated country.

With Gross Domestic Product (GDP) of approximately USD 3,500, Indonesians put other needs first before insurance. Discretionary income is normally used for personal electronics and means of transportations such as motorcycle or cars.

Mengingat bahwa fenomena ini bersifat global, kesadaran masyarakat Indonesia akan pentingnya asuransi untuk melindungi pendapatan mereka, orang-orang yang dicintai, dan masa depan akan meningkat seiring dengan meningkatnya PDB. Oleh karenanya, kami percaya nantinya jumlah penduduk yang memiliki asuransi akan meningkat pesat.

Kedepannya, di tahun 2014 Allianz Life menerapkan serangkaian upaya yang bertujuan untuk mengoptimalkan potensi pasar.

Kami ingin mencapainya dengan mengimplementasikan berbagai teknologi guna mempermudah nasabah untuk berhubungan langsung dengan Allianz Life serta meningkatkan penggunaan transaksi *online*.

Kami memperkuat layanan nasabah, posisi keuangan, keyakinan dalam pembayaran klaim, dan pengembalian hasil investasi yang menarik, dimana kesemuanya itu merupakan faktor kunci bagi perusahaan asuransi profesional seperti Allianz.

Pada saat yang sama Allianz juga akan segera merayakan 125 tahun keberadaannya di industri asuransi global.

Bagi kami, jalur distribusi sangat penting bagi kelangsungan bisnis. Oleh sebab itu, kami akan meningkatkan kompetensi para agen dan tenaga penjualan di mitra perbankan kami, untuk menegaskan bahwa Allianz Life adalah mitra yang tepat bagi para nasabah, mitra bank, agen, dan jalur distribusi lainnya.

Tidak kalah penting, kami pun meningkatkan pelatihan agen dan juga inisiatif untuk mengedukasi masyarakat akan pentingnya asuransi. Hal ini karena para agen adalah garis terdepan Perusahaan untuk berinteraksi dengan masyarakat.

Juga di tahun 2014 kami akan menjalin kerja sama dengan bank lokal. Ini adalah elemen kunci dalam ekspansi kami karena hal ini akan menguntungkan bagi kedua belah pihak sekaligus menciptakan nilai tambah bagi nasabah bank yang pada dasarnya adalah nasabah potensial bagi Allianz Life.

Considering that this is a global phenomenon, the Indonesian people's awareness of the importance of insurance to protecting their income, their loved ones, and their future will rise in line with the increase in GDP. Therefore, we believe that the number of people who are insured will rise dramatically.

Going forward, in 2014 Allianz Life is implementing measures geared toward optimizing on the market potential.

We aim to achieve this by implementing technologies in order to make it easier for the customers to get in touch with Allianz Life and to increase the number of online transactions.

We are strengthening our customers service, financial foundation, reliability in claims payment, and attractive investment returns, which are the key factors of professional insurance companies Allianz stands for.

Also, we will be soon celebrating our 125 years of existence in the global insurance industry.

To us distribution channel is a crucial for business sustainability. Therefore, we plan to enhance the competency of our agents and sales force at the banks we have been working with, ensuring that Allianz Life is the right partner for our customers, banks, agents, and other related channels.

Not less importantly, we are also strengthening agents training as well as initiatives to educate the market of the importance of insurance, given that agents are the frontline of our interaction with the public.

Also in 2014, we expect to forge new partnership with local bank. This is a key element in our expansion as it will mutually benefit both parties while creating additional value to the bank's customers; which basically are a potential customer base for Allianz Life.

Pada intinya, kami yakin bahwa pada tahun 2014 PPB akan bertumbuh secara signifikan lagi.

Sebagai penutup, saya sampaikan terima kasih kepada para nasabah atas kesetiaan dan kepercayaannya; para karyawan atas dedikasinya dalam memberikan pelayanan terbaik secara profesional dan dengan antusias; serta para mitra bisnis dan pemegang saham atas kepercayaannya dalam kepemimpinan kami.

Salam Hangat,
Warm regards,

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



Daniel Neo

Presiden Direktur Allianz Utama
Allianz Utama President Director

Sambutan Presiden Direktur Allianz Utama

Message from Allianz Utama President Director

Pemangku Kepentingan terhormat,

Senantiasa merupakan kegembiraan bagi kami untuk menyapa para nasabah, mitra bisnis serta pemegang saham melalui laporan tahunan ini. Kesempatan ini merupakan saat yang tepat untuk menyampaikan hasil positif yang dicapai pada tahun 2013.

Untuk tahun 2013 Pendapatan Premi Bruto (PPB) meningkat sebesar 23% menjadi Rp 644,9 miliar, dan pendapatan *underwriting* bertumbuh sebesar 38% menjadi Rp 68,216 miliar dari Rp 49,385 miliar pada tahun 2012. Laba bersih tercatat sebesar Rp 5,663 miliar, dibandingkan dengan kerugian sebesar Rp 28,341 miliar pada tahun 2012.

Keberhasilan tersebut meningkatkan kepercayaan diri karyawan, seperti dibuktikan dengan meningkatnya Indeks Kepuasaan Karyawan pada tahun 2013.

Karena karyawan kini bekerja dengan kepercayaan diri dan kepuasaan yang lebih baik, Allianz Utama mampu meningkatkan kualitas pelayanan. Dimana hal ini tidak hanya bermanfaat bagi nasabah namun juga bagi peningkatan efisiensi operasional.

Tahun 2013 merupakan titik balik bagi Allianz Utama sebab kami berhasil merebut kembali kepercayaan nasabah dan pemegang saham. Nasabah kami bahkan bersedia untuk merekomendasikan Allianz Utama kepada kerabat maupun rekannya. Hal ini ditunjukkan dalam survei *Net Promoter Score* (NPS) yang menempatkan Allianz Utama di tempat tertinggi dibandingkan dengan perusahaan sejenis lainnya dalam dua tahun berturut-turut.

Sejalan dengan itu kami menyampaikan terima kasih kepada para nasabah dan mitra bisnis yang telah merekomendasikan kami kepada teman-teman dan keluarga mereka.

Respected Stakeholders,

It is always a pleasure for us to be able to greet our customers, business partners, and shareholders through this annual report. This is the right moment to present the positive results achieved in 2013.

For 2013 our Gross Written Premium (GWP) increased by 23% to IDR 644.9 billion, and underwriting income rose by 38% to IDR 68.216 billion from IDR 49.385 billion in 2012. Our net profit was booked at IDR 5.663 billion, compared to a loss of IDR 28.341 billion in 2012.

The results had a positive impact on employee morale, as seen by the rise of Employee Satisfaction Index in 2013.

With our people now working with improved confidence and satisfaction, Allianz Utama is able to boost quality in service delivery – which not only benefits the customers but also enhances efficiency in operations.

Indeed, 2013 marked a turning point for Allianz Utama as we managed to regain the customers' trust and shareholders' confidence. Even our customers are willing to recommend Allianz Utama to their family and friends. This was shown in Net Promoter Score (NPS) survey which placed Allianz Utama at the highest position amongst peers for two consecutive years.

Accordingly, we would like to extend our gratitude to our valued customers and business partners who have recommended us to their friends and families.

Tidak kalah penting, pencapaian tersebut membuktikan komitmen kami untuk memenuhi kebutuhan nasabah dengan menyediakan solusi proteksi dan layanan prima.

Kami menyadari bahwa pencapaian tersebut merupakan hasil kerja keras para karyawan yang berperan strategis dalam kegiatan usaha Allianz Utama.

Dalam dua tahun terakhir kami mendefinisikan ulang organisasi dengan meningkatkan efisiensi guna mengoptimalkan layanan bagi nasabah, mencakup fungsi-fungsi strategis seperti *underwriting* dan *customer service*.

Bersamaan dengan itu, kami melakukan pengembangan budaya perusahaan, pola pikir dan sikap para karyawan dalam menangani rutinitas dan tantangan di tempat kerja.

Didukung oleh kualitas karyawan dan nama besar Allianz secara global, kami melangkah maju untuk melanjutkan kesuksesan yang lebih baik di 2014. Kami juga optimistis bahwa dalam waktu dekat kami dapat kembali menembus peringkat 10 besar perusahaan asuransi umum di Indonesia.

Untuk alasan ini kami akan bekerja sama dengan anak-anak perusahaan dalam Allianz Group yang akan memfasilitasi kami memasuki segmen-semen bisnis dan memperoleh nasabah serta mitra bisnis baru.

Akhir kata, saya menyampaikan terima kasih kepada para nasabah, mitra bisnis dan para tenaga pemasaran atas kepercayaan yang diberikan; serta para karyawan atas kerja keras dan dedikasinya.

Salam Hangat,
Warm regards,



Daniel Neo
Presiden Direktur
President Director
Allianz Utama Indonesia

Not less importantly, the results attest to our commitment to fulfilling the customers' needs by providing protection solutions and excellent services.

We are aware that our achievement was the direct result of the hard work of our employees who play a strategic role in Allianz Utama business activities.

During the last two years we implemented organization restructuring by improving efficiency in order to optimize our services to the customers, entailing such strategic functions as underwriting and customer service.

Simultaneously, we redefined our corporate culture, the mindset and attitude of our people in addressing the routines and challenges at the workplace.

Supported by the solid 'Allianz' global name, we are moving forward to continue our improving streak in 2014. Furthermore, we are confident that in the near term we will regain our spot among the top 10 of general insurance companies in Indonesia.

For this reason, we plan to collaborate with the companies within the Allianz Group, which will facilitate us in venturing into new business segments and gaining new customers as well as partners.

Finally, I thank our customers, business partners and sales executives for the trust; and our employees for the hard work and dedication.



Allianz Tower



Sejak April 2011 Allianz Indonesia menempati gedung Allianz Tower di Kawasan Kuningan Persada Jakarta Selatan. Allianz Tower dibangun dengan memperhatikan prinsip-prinsip ramah lingkungan sebagai bentuk nyata dari komitmen Allianz terhadap kelestarian lingkungan hidup.

Since April 2011 Allianz Allianz Indonesia has occupied the Allianz Tower building at Kawasan Kuningan Persada in South Jakarta. Allianz Tower was built based on environmentally friendly principles, fulfilling Allianz's commitment to environment conservation.

Profil Perusahaan

Company Profile

Allianz di Indonesia : 25 Tahun memenuhi kebutuhan keluarga dan usaha di Indonesia – di berbagai usia, di berbagai skala

Allianz in Indonesia : 25 Years Serving the Needs of the Indonesian Families and Businesses – All Ages, All Sizes

Perjalanan Allianz di Indonesia berasal dari 30 tahun yang lalu saat Allianz – perusahaan asuransi dan manajemen aset global yang melayani lebih dari 83 juta nasabah di 70 negara (per 31 Desember 2013) – mendirikan kantor perwakilannya di Jakarta pada tahun 1981.

Dengan pertumbuhan ekonomi Indonesia yang melesat menjadi salah satu yang tercepat di Asia, dimana hal ini mendorong prospek pasar baru bagi industri asuransi, maka pada tahun 1989 Allianz memperluas usahanya dengan mendirikan entitas asuransi umum yang beroperasi penuh melalui PT Asuransi Allianz Utama Indonesia (Allianz Utama). Allianz Utama yang fokus pada produk dan layanan asuransi umum, hingga kini merupakan pemain kunci di industri asuransi umum di Indonesia.

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

Langkah tersebut menentukan operasi Allianz di Indonesia pada tahun-tahun berikutnya: Pada akhir tahun 2013 Allianz di Indonesia telah hadir di 46 kota, dengan 5 pusat pelayanan Allianz Center, 85 Kantor Pemasaran Mandiri Allianz Life, dan 20 Kantor Pemasaran Allianz Utama, didukung oleh lebih dari 1,200 karyawan dan jaringan penjualan yang terdiri lebih dari 17.000 tenaga pemasaran serta mitra bank dan jalur distribusi lainnya.

Bisnis Asuransi Umum

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

The story of Allianz in Indonesia dates back to more than 30 years ago when Allianz – a global insurance and asset management giant serving over 83 million customers in 70 countries (as of December 31, 2013) – set up a representative office in Jakarta in 1981.

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

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

Truly, the move defined Allianz's operation in Indonesia many years later: As of the end of 2013 Allianz in Indonesia is now present in 46 cities, with 5 Service Centers called Allianz Centers, 85 Allianz Life Independent Sales Offices and 20 Allianz Utama Marketing Office, supported by more than 1,200 employees and a network of more than 17,000 sales professionals as well as banks and other distribution channels.

General Insurance Business

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

Namun demikian, kami terus berekspansi, memperkuat fokus dan mendedikasikan sumber daya secara strategis dan efisien: Per akhir tahun 2013 Pendapatan Premi Bruto (PPB) tercatat sebesar Rp 644,9 miliar, meningkat sebesar 23% dari Rp 524 miliar pada tahun 2012; dan laba bersih tercatat sebesar Rp 5,66 miliar setelah mengalami kerugian sebesar Rp 28,34 miliar pada tahun 2012.

Pencapaian tersebut seiring dengan pertumbuhan jumlah nasabah kami yang selama bertahun-tahun senantiasa mempercayai solusi yang kami tawarkan, termasuk asuransi kendaraan, properti, rekayasa, liabilitas dan kecelakaan, bagi nasabah individu maupun perusahaan kecil, menengah dan korporasi.

Bisnis Asuransi Jiwa & Kesehatan

Di usianya yang masih tergolong muda, sejak tahun 2006 bisnis asuransi jiwa & kesehatan telah termasuk dalam lima perusahaan asuransi jiwa teratas berdasarkan hasil PPB.

Pada tahun 2013 bisnis asuransi jiwa & kesehatan memperoleh PPB sebesar Rp 8,43 triliun dan laba bersih sebesar Rp 514 miliar, yang meningkat sebesar 42% dari Rp 360 miliar pada tahun 2012.

Sementara itu, susunan produk kami menawarkan solusi-solusi inovatif khususnya untuk lini produk unit link – yang merupakan kombinasi antara proteksi dan investasi – melengkapi skema asuransi jiwa dan kesehatan yang lengkap bagi nasabah individual baik konvensional dan syariah, serta program manfaat karyawan dan dana pensiun bagi nasabah korporat.

Hal ini didukung oleh Allianz Star Network (ASN) yang merupakan jaringan tenaga penjualan profesional yang berlisensi dengan cakupan yang ekstensif – dan kemitraan dengan berbagai broker asuransi, telemarketer dan mitra perbankan, yang merupakan tulang punggung sepak terjang ekspansi kami.

Lebih jauh, untuk mempertahankan pertumbuhan pendapatan dan jumlah nasabah yang berkelanjutan, Allianz di Indonesia senantiasa berpegang pada 4 pilar yang merupakan tulang punggung untuk mewujudkan visi dan misi:

- Keuangan yang Kokoh
- Mitra Terpercaya
- Profesional Terbaik
- Keunggulan Operasional

Nevertheless, we continue to expand, strengthening our focus and dedicating resources strategically and efficiently: As of the end of 2013 our gross written premium (GWP) was recorded at IDR 644.9 billion, increasing by 23% from IDR 524 billion in 2012; and our net income was booked at IDR 5.66 billion compared to a loss of IDR 28.34 billion in 2012.

The results are strongly related to the growth of our customer base – who for years has been faithful in our solutions that include vehicle, property, engineering, liability and casualty insurance for individuals, small and medium businesses and corporate customers.

Life & Health Insurance Business

Despite its relatively tender age, since 2006 the life & health insurance business has ranked among the top five of life insurance companies in terms of GWP.

In 2013 the life & health insurance business booked IDR 8.43 trillion in GWP and IDR 514 billion in net income, which increased by 42% from IDR 360 billion in 2012.

Meanwhile, our product lineup now offers innovative solutions in the coveted unit link product line – the unique combo that offers the best of protection and investment – complementing the already extensive life and health insurance schemes for individual customers both conventional and sharia, as well as employee-benefits programs and pensions for corporate customers.

This indeed, is made possible by Allianz Star Network (ASN) – our vast network of licensed sales professionals – and partnerships with various insurance brokers, telemarketers and bank partners, all of which make up the bedrock of our expansionary efforts.

Furthermore, in order to ensure sustainable growth in revenue and customer base, Allianz in Indonesia continues to devote its focus and resources to the 4 pillars that form the foundation of the pursuit of our vision and mission:

- Financial Strength
- Trusted Partner
- Best People
- Operational Excellence

Allianz Group

Bersama dengan nasabah dan mitra penjualannya, Allianz merupakan salah satu komunitas keuangan terkuat di dunia. Lebih dari 83 juta nasabah individu dan korporasi yang diasuransikan oleh Allianz mengandalkan pengetahuan, jangkauan global, modal yang kuat dan kekokohan yang dimilikinya dalam memanfaatkan peluang-peluang keuangan serta menghindari dan melindungi diri terhadap risiko.

Pada tahun 2013, sekitar 148.000 karyawan di lebih dari 70 negara membukukan pendapatan sejumlah 110,8 miliar euro dan laba usaha sebesar 10,1 miliar euro. Sementara manfaat yang diterima nasabah mencapai 93,9 miliar euro.

Kesuksesan bisnis asuransi, manajemen aset dan layanan bantuan tersebut didasarkan pada permintaan nasabah atas solusi keuangan yang kental krisis bagi masyarakat yang semakin menua dan tantangan perubahan iklim. Transparansi dan integritas adalah kunci utama dari tata kelola perusahaan yang berkelanjutan di Allianz SE.

Allianz di Asia Pasifik

Allianz Utama dan Allianz Life merupakan bagian dari kehadiran Allianz di Asia Pasifik, yang telah melayani penduduk di wilayah dengan budaya yang beranekaragam ini sejak tahun 1910 – awalnya dengan menawarkan asuransi kebakaran dan pengangkutan di kota-kota daerah pesisir Cina.

Kini Allianz beroperasi penuh di 14 negara di seluruh Asia Pasifik, termasuk Brunei, Cina, Hong Kong, India, Indonesia, Jepang, Laos, Malaysia, Singapura, Korea Selatan, Sri Lanka, Taiwan, dan Thailand; menawarkan asuransi properti dan kerugian, asuransi jiwa dan kesehatan serta manajemen aset.

Allianz di Asia Pasifik didukung oleh lebih dari 35.000 staf yang melayani hampir 20 juta nasabah; serta berbagai saluran distribusi dan lebih dari 200.000 agen.

Allianz Group

Together with its customers and sales partners, Allianz is one of the strongest financial communities in the world. Over 83 million private and corporate customers insured by Allianz rely on its knowledge, global reach, capital strength and solidity to help them make the most of financial opportunities and to avoid and safeguard themselves against risks.

In 2013, around 148,000 employees in over 70 countries achieved total revenues of 110.8 billion euros and an operating profit of 10.1 billion euros. Benefits for our customers reached 93.9 billion euros.

This business success with insurance, asset management and assistance services is based increasingly on customer demand for crisis-proof financial solutions for an aging society and the challenges of climate change. Transparency and integrity are key components of sustainable corporate governance at Allianz SE.

Allianz in Asia Pacific

Allianz Utama and Allianz Life are part of Allianz' presence in Asia Pacific, where it has dutifully served the region's culturally diverse population since 1910 – when it initially provided fire and marine insurance to the coastal cities in China.

Today Allianz maintains full operations in 14 markets across Asia Pacific including Brunei, China, Hong Kong, India, Indonesia, Japan, Laos, Malaysia, Singapore, South Korea, Sri Lanka, Taiwan and Thailand; offering property and casualty insurance, life and health insurance and asset management.

Allianz in Asia Pacific is supported by more than 35,000 staff serving close to 20 million customers; as well as multiple distribution channels and over 200,000 agents.

Jejak Langkah Milestones

1981

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

1989

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

1996

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

2004

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

2006

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

2007

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

2010

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

2011

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

2012

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

2013

- Hingga kini Allianz menjalin kemitraan dengan delapan bank terkemuka di Indonesia.
- Melindungi lebih dari 3 juta Tertanggung di Indonesia.
- Pendapatan Premi Bruto gabungan mencapai Rp 9,07 Triliun.
- Hadir di 46 kota di seluruh Indonesia melalui 5 Allianz Center, 85 Kantor Pemasaran Mandiri Allianz Life dan 20 Marketing Offices Allianz Utama.
- Lebih dari 17,000 agen terdaftar di Allianz Star Network.
- Lebih dari 2,3 juta nasabah dilindungi oleh asuransi mikro Allianz Indonesia.
- Until now Allianz forges bank partnership with eight leading banks in Indonesia.
- Protects more than 3 millions Insured in Indonesia.
- Combined GWP reached IDR 9,07 trillion.
- Presence in 46 cities in Indonesia with 5 Allianz Center, 85 Independent Sales Office and 20 Marketing Office Allianz Utama.
- More than 17,000 agents registered in Allianz Star Network.
- More than 2,3 million of micro insurance customers.

Peristiwa-peristiwa Penting 2013

Significant Events of 2013

January 28

Allianz Utama meluncurkan MobilKu, asuransi kendaraan pertama yang memberikan santunan tunai untuk kerusakan minor.
Allianz Utama launched MobilKu, the first auto insurance that offers cash compensation for minor damages.

Allianz mengumumkan kemitraan jangka panjang dengan HSBC.
Allianz Life announced long term partnership with HSBC.

March 18

Aktivitas CSR: Literasi Keuangan untuk Komunitas Wanita dengan Yayasan Sahabat Wanita.
CSR Activity: Financial Literacy for Women Community with Yayasan Sahabat Wanita.

March 19

Allianz Life dan Standard Chartered Bank meluncurkan Smart Legacy, asuransi jiwa universal yang menawarkan perlindungan warisan keluarga dengan nilai investasi yang dijamin.
Allianz Life and Standard Chartered Bank launched Smart Legacy, an univesal life insurance that offers protection of family legacies while offering guaranteed investment returns.



March 26

Kick off Allianz Journalist Competition.
Allianz Journalist Competition Kick Off.

April 16

Allianz Indonesia mengumumkan hasil Kinerja Keuangan di tahun 2012.
Allianz Indonesia announced its 2012 Financial Results.



May 7

Allianz Life Syariah Indonesia mengumumkan hasil Kinerja Keuangannya di tahun 2012.
Allianz Life Syariah Indonesia announced its 2012 Financial Results.

June 3

Allianz Indonesia mengumumkan pemenang Allianz Junior Football Camp. Para pemenang dikirimkan ke Phuket dan Munich untuk mendapatkan pelatihan sepak bola profesional dari FC Bayern Munich.
Allianz Indonesia announced the winners of Allianz Junior Football Camp. Winners were send to Phuket and Munich to get professional football training from FC Bayern Munich



July 3

Allianz Indonesia meluncurkan CI 100, manfaat tambahan yang menawarkan perlindungan dari 100 kondisi penyakit kritis.
Allianz Indonesia launched CI 100 rider, offers protection from 100 critical illnesses conditions.



August 1

Towing Car dan Emergency Road Assistance diluncurkan oleh Allianz Utama. Layanan ini menyediakan bantuan 24 jam bagi pemegang polis MobilKu yang mengalami permasalahan kendaraan di jalan raya.
Towing Car and Emergency Road Assistance was launched by Allianz Utama. This service provides 24-hour assistance in the case of emergencies on the road for MobilKu policyholders.



September 4

Untuk memperingati Hari Pelanggan Nasional, Allianz Indonesia memberikan apresiasi bagi para nasabah atas kepercayaan yang terus menerus.
In commemoration of National Customer Day, Allianz gave appreciation to the customers for their continuous trusts.



October 1

Allianz Indonesia meluncurkan Grand Promo 2013. Program ini menawarkan berbagai hadiah menarik bagi nasabah yang melakukan top up premi selama periode promosi.
Allianz Indonesia launched Grand Promo 2013. The program offers attractive prizes for customer who tops up their premium during the promotion.

October 13

Allianz Indonesia mengadakan Allianz Jakarta Heart Run 2013 bekerjasama dengan Yayasan Jantung Indonesia. Acara ini diikuti lebih dari 10.000 peserta.
Allianz Indonesia held Allianz Jakarta Heart Run 2013 in collaboration with Yayasan Jantung Indonesia. More than 10.000 participants joined the event.



October 17

Allianz Life dan BTPN meluncurkan Guardia Premium dan Guardia Investa. Kedua produk ini masing-masing menawarkan perlindungan yang optimal dan investasi maksimal, tergantung kepada kebutuhan finansial nasabah.
Allianz Life and BTPN launched Guardia Premium and Guardia Investa. The products respectively give optimum protection and maximum investment, depends on customer's financial goals.

November 12

Allianz Life dan HSBC meluncurkan College Care, sebuah produk yang didesain untuk membantu nasabah dalam mempersiapkan dana pendidikan bagi anak-anaknya.
Allianz Life and HSBC launched College Care, a product designed to assist customers in preparing the education expenses of their children.

November 16

Allianz Indonesia mendukung Science Day, berkolaborasi dengan Goethe Institute dan Yayasan Kesejahteraan Anak Indonesia.
Allianz Indonesia supported Science Day, in collaboration with Goethe Institute and Yayasan Kesejahteraan Anak Indonesia.





Dewan Komisaris Board of Commissioners

Dewan Komisaris Allianz Life Allianz Life Board of Commissioners

1. Heinz Walter Dollberg

Komisaris Utama
President Commissioner

2. Wiyono Kurniawan Sutioso

Komisaris
Commissioner

3. Daniel Neo

Komisaris
Commissioner

4. Arif Firman

Komisaris Independen
Independent Commissioner



Dewan Pengawas Syariah Sharia Supervisory Board

Dr. H. Mohamad Hidayat, MBA, MH

Ketua

Dr. H. Rahmat Hidayat, SE, MT, Ph.D

Anggota



Pemegang Saham Allianz di Indonesia Allianz Shareholders in Indonesia

Dewan Komisaris Allianz Utama

Allianz Utama Board of Commissioners

1. Joachim Wessling

Presiden Komisaris
President Commissioner

2. Heinz Walter Dollberg

Wakil Presiden Komisaris
Vice President Commissioner

3. Eddy Sudarsono

Komisaris
Commissioner

4. Arif Firman

Komisaris Independen
Independent Commissioner

PT Asuransi Allianz Life Indonesia

99,76 %

Allianz Asia Pacific and Africa GmbH

0,24 %

PT Kresna Karya

PT Asuransi Allianz Utama Indonesia

97,75 %

Allianz Asia Pacific and Africa GmbH

2,25 %

PT Asuransi Jasa Indonesia

Profil Direksi Allianz Life

Profile of the Board of Directors Allianz Life



Todd Swihart
Direktur
Director

Alan T. Darmawan
Direktur
Director

Meylindawati Tjoa
Direktur
Director

Handojo Kusuma
Wakil Direktur Utama
Vice President Director

Joachim Wessling
Direktur Utama
President Director

Profil Direksi Allianz Utama

Profile of the Board of Directors Allianz Utama



Daniel Neo
Presiden Direktur
President Director

Wiyono Sutioso
Wakil Presiden Direktur
Vice President Director

Inkes Lukman
Direktur
Director

Eric Nemitz
Direktur
Director

Biografi Direksi Allianz Life

Board of Directors Allianz Life Biography

Joachim Wessling

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

Handojo Kusuma

Handojo Kusuma adalah Wakil Presiden Direktur, Allianz Life Indonesia. Dalam tugasnya sebagai *Chief Distribution Officer*, ia bertanggung jawab atas semua fungsi penjualan dan distribusi non-keagenan di berbagai lini bisnis asuransi Jiwa, Kesehatan dan Dana Pensiun. Handojo berpengalaman selama lebih dari 24 tahun di industri asuransi dengan memiliki berbagai sertifikasi profesional seperti FLMI, ACS dan AIAA. Ia juga aktif di industri asuransi jiwa sebagai Kepala Departemen *Bancassurance*, Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) (2011-2014).

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

Todd Swihart

Todd Swihart adalah anggota Direksi Allianz Life Indonesia yang bertanggung jawab dalam bidang operasional. Sebelumnya ia menjabat sebagai *Operations Regional Manager* untuk Asia Pasifik (2008) dan di Kantor Pusat Allianz di Jerman (2005-2008). Bergabung dengan Allianz pada tahun 2001 sebagai *New Business Manager* di Allianz Life Amerika Utara, ia memulai karirnya sebagai *Medical Claims Examiner* di John Hancock Mutual Ins. Co., Amerika Serikat, kemudian menjabat sebagai *Health Claims and Service Manager* di Corporate Benefit Service, Minnetonka, Minnesota, Amerika Serikat. Ia lulus dari University of Minnesota dan Metropolitan State University, keduanya di Amerika Serikat.

Todd Swihart is a member of the Board of Directors of Allianz Life Indonesia responsible for operations. Previously he served as Operations Regional Manager for Asia Pacific (2008) and at Allianz Head Office in Germany (2005-2008). Joining Allianz in 2001 as New Business Manager at Allianz Life of North America, he started out as Medical Claims Examiner at John Hancock Mutual Ins.Co, USA, later serving as Health Claims and Service Manager at Corporate Benefit Service, Minnetonka, Minnesota, USA. He graduated from University of Minnesota and Metropolitan State University, both in USA.

Meylindawati Tjoa

Meylindawati Tjoa adalah anggota Direksi Allianz Life Indonesia yang bertanggung jawab di bidang Keuangan. Sebelumnya ia menjabat sebagai *Head of Finance & Accounting* di Perusahaan dan Senior Auditor di KPMG Hanadi Sudjendro dan KPMG Siddharta Siddharta & Harsono. Ia lulus dari Universitas Tarumanegara (1995). Ia telah bekerja di Allianz Life Indonesia selama lebih dari 14 tahun, awalnya sebagai *Accounting Manager* pada tahun 1999.

Meylindawati Tjoa is a member of the Board of Directors of Allianz Life Indonesia responsible for Finance. Previously serving as Head of Finance & Accounting of the Company and Senior Auditor at KPMG Hanadi Sudjendro and KPMG Siddharta Siddharta & Harsono. She graduated from Tarumanegara University (1995). She has served at Allianz Life Indonesia for over 14 years, starting out as Accounting Manager in 1999.

Alan T. Darmawan

Alan T. Darmawan adalah anggota Direksi Allianz Life Indonesia (Investasi). Sebelumnya ia menjabat sebagai *Chief Marketing Officer* dan *Chief Risk Officer* di Perusahaan. Ia lulus dari Indiana University, Bloomington, Amerika Serikat dan memiliki lebih dari 13 tahun pengalaman di industri asuransi dan 22 tahun di industri keuangan. Ia memiliki Sertifikasi Wakil Manajer Investasi dari Bapepam, *Certified Financial Planner* dan *Associate Wealth Planner* dari Financial Planning Association of Singapore serta *Fellow Chartered Financial Practitioner* dari Insurance and Financial Practitioners Association of Singapore.

Alan T. Darmawan is a member of the Board of Directors of Allianz Life Indonesia (Investment). Previously he served as Chief Marketing Officer and Chief Risk Officer at the Company. He graduated from Indiana University, Bloomington, USA and has more than 13 years of experience in insurance industry and 22 years in financial industry. He holds Fund Manager License from Bapepam, Certified Financial Planner and Associate Wealth Planner certification from Financial Planning Association of Singapore and Fellow Chartered Financial Practitioner from Insurance and Financial Practitioners Association of Singapore.

Biografi Direksi Allianz Utama

Board of Directors Allianz Utama Biography

Daniel Neo

Daniel Neo telah menjabat sebagai Presiden Direktur Allianz Utama Indonesia sejak tahun 2012. Sebelumnya ia menjabat sebagai *Chief Financial Officer Allianz Life* (2010 – 2012). Bekerja di Allianz sejak tahun 1997, ia telah bekerja di berbagai pasar di seluruh dunia termasuk Hong Kong, Jerman, Taiwan dan Korea, dalam posisi seperti *Chief Risk Officer*, *Chief Financial Officer*, dan Konsultan Internal. Dia memperoleh gelar sarjana di bidang Administrasi Bisnis dan gelar Master dalam bidang Akuntansi, keduanya dari Truman State University, USA.

Daniel Neo has served as President Director of Allianz Utama Indonesia since 2012. Previously he served as Chief Financial Officer Allianz Life (2010 – 2012). Serving at Allianz since 1997, he has worked in various markets around the world including Hong Kong, Germany, Taiwan and Korea, in such positions as Chief Risk Officer, Chief Financial Officer, and Internal Consultant. He graduated with a Bachelor of Science degree in Business Administration and Master of Accountancy degree, both from Truman State University, USA.

Wiyono Sutioso

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

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

Inkes Lukman

Inkes Lukman adalah anggota Direksi Allianz Utama Indonesia. Dalam tugasnya saat ini, ia bertanggung jawab atas semua fungsi penjualan dan distribusi Perusahaan di berbagai lini bisnis asuransi umum. Ia berpengalaman selama lebih dari 10 tahun di asuransi jiwa dan kerugian dan 25 tahun di lembaga-lembaga keuangan dalam berbagai fungsi. Ia memegang gelar Sarjana Teknik Elektro dari Universitas Trisakti dan gelar Master dalam bidang Administrasi Bisnis dari University of Melbourne, Australia, dan sertifikasi asuransi AAIJ, AAAK, serta ACS dan FLMI dari *Life Office Management Association* (LOMA).

Inkes Lukman is a member of the Board of Directors of Allianz Utama Indonesia. In his current assignment, he is responsible for all sales and distribution function of the Company in multi business lines of general insurance. He has more than 10 years of experience in life and general insurance and 25 years in financial institutions under various disciplinary functions. He holds a bachelor in Electrical Engineering from University of Trisakti and Master in Business Administration degree from University of Melbourne, Australia, and insurance certification AAIJ, AAAK, also ACS and FLMI from Life Office Management Association (LOMA).

Eric Nemitz

Eric Nemitz telah menjadi anggota Direksi Allianz Utama Indonesia yang bertanggung jawab di bidang operasional sejak tahun 2010. Ia pernah belajar di Tokai University, dan Seijo University di Tokyo, dan memegang gelar Master di bidang Sains Jepang/Ekonomi/ Ilmu Politik dari Berlin Free University. Ia memiliki pengalaman lebih dari 13 tahun di industri asuransi. Ia bergabung dengan Allianz pada tahun 2000 dan sebelumnya telah memegang berbagai posisi terutama di Allianz Jepang.

Eric Nemitz has been a member of the Board of Directors of Allianz Utama Indonesia (Operations) since 2010. He attended Tokai University, and Seijo University in Tokyo, and held a Master's degree in Japan Science/ Economic/ Political Science from Berlin's Free University. He has more than 13 years of experience in insurance industry. He joined Allianz in 2000 and has resumed responsibilities in various positions, mostly in Allianz Japan.

Asuransi Mikro *Microinsurance*



Allianz Indonesia telah menghadirkan asuransi mikro sejak tahun 2006, melindungi keluarga Indonesia berpenghasilan rendah dari risiko tertentu dalam kehidupannya agar tidak kembali terjebak dalam perangkap kemiskinan. Hingga kini, layanan asuransi mikro Allianz Indonesia telah menjangkau 3 juta nasabah yang tersebar dari Sumatera hingga Papua.

Allianz Indonesia has offered microinsurance since 2006, protecting low-income Indonesian families from certain life risks so that they will not fall back into poverty trap. At present, the micro insurance by Allianz Indonesia has reached 3 million customers dispersed from Sumatra to Papua.

Kekuatan Finansial

Financially Strong



Hasil Kinerja 2013

Pada tahun 2013 Allianz Indonesia mencapai kinerja yang positif dengan Pendapatan Premi Bruto (PPB) keseluruhan dari bisnis asuransi jiwa, kesehatan dan umum sebesar Rp 9,07 triliun atau meningkat 3% dari tahun sebelumnya sebesar Rp 8,84 triliun.

Bisnis asuransi jiwa dan kesehatan pada khususnya membukukan PPB sebesar Rp 8,43 triliun, sedangkan bisnis asuransi umum meraih PPB sebesar Rp 644,9 miliar atau meningkat 23% dari Rp 524 miliar pada tahun 2012.

Sebagai bentuk komitmen terhadap nasabah, Perusahaan melakukan pembayaran klaim dan manfaat asuransi jiwa, kesehatan dan umum sebesar Rp 4,56 triliun secara keseluruhan.

Sejumlah Rp 4,4 triliun dari nilai tersebut terdiri dari klaim dan manfaat asuransi jiwa dan kesehatan.

Results of 2013

In 2013 Allianz Indonesia achieved positive performance with overall Gross Written Premium (GWP) from life, health and general insurance businesses reaching IDR 9.07 trillion, an increase of 3% from the previous year's figure of IDR 8.84 trillion.

The life and health insurance business in particular, booked IDR 8.43 trillion in GWP, while the general insurance business booked a GWP of IDR 644.9 billion or an increase of 23% from IDR 524 billion in 2012.

As a commitment to our customers, the Company paid off claims and benefits of life, health and general insurance businesses in the amount of IDR 4.56 trillion in total.

Of the figure, IDR 4.4 trillion was attributed to the claims and benefits of life and health insurance.

Dengan demikian, secara keseluruhan Allianz Indonesia membukukan laba bersih sebesar Rp 520 miliar, atau bertumbuh sebesar 32,31% dari Rp 393 miliar pada tahun 2012.

Pertumbuhan juga ditunjukkan oleh total hasil *underwriting* bisnis asuransi umum sebesar Rp 68,216 miliar dibandingkan dengan Rp 49,385 miliar pada tahun 2012. Pencapaian tersebut mencerminkan seleksi risiko yang berhasil di seluruh lini bisnis dalam upaya menunjang pertumbuhan yang sehat.

Pada khususnya, bisnis asuransi umum meraih laba bersih sebesar Rp 5,66 miliar setelah pada tahun 2012 mengalami kerugian sebesar Rp 28,34 miliar; sementara bisnis asuransi jiwa dan kesehatan membukukan laba bersih sebesar Rp 513,6 miliar.

Sementara, bisnis asuransi Allianz Life Syariah mencatat PPB sebesar Rp 623,6 miliar atau bertumbuh sebesar 9.55% dibandingkan dengan Rp 569,2 miliar pada tahun 2012.

All in all, Allianz Indonesia posted a net income of IDR 520 billion, which was an increase of 32.31% from IDR 393 billion in 2012.

Growth was also demonstrated by the total underwriting surplus of the general insurance business that reached IDR 68.216 billion compared to IDR 49.385 billion in 2012. The result reflected successful risk selection across all business lines in an effort to sustain a robust growth.

The general insurance business in particular, earned a net profit of IDR 5.66 billion following a loss of IDR 28.34 billion in 2012; while the life and health insurance business posted a net profit of IDR 513,6 billion.

Meanwhile, the Allianz Life Sharia business recorded a GWP of IDR 623,6 billion or growing by 9.55% compared to IDR 569.2 billion in 2012.

Tinjauan 2013 – Mempertahankan Laju Pertumbuhan di Tengah Berbagai Tantangan

2013 in Review – Maintaining an Accelerated Growth in the Midst of Challenges

Tahun 2013 sangat tepat jika digambarkan sebagai tahun ketidakpastian dan penuh tantangan, terutama dengan melambannya perekonomian Indonesia. Setelah mengalami surplus selama bertahun-tahun, pada tahun 2013 Indonesia mengalami defisit neraca perdagangan. Akibatnya rupiah terdepresiasi dan Bank Indonesia (BI) menaikkan suku bunga pada bulan Juni 2013 untuk menahan kenaikan nilai tukar dolar.

Situasi tersebut menyebabkan pelambahan ekonomi yang disebabkan oleh penundaan investasi barang modal oleh dunia usaha, menunggu turunnya suku bunga.

Menurunnya kinerja pasar modal dan kondisi perekonomian Indonesia berimbang kepada rendahnya pendapatan dari investasi. Penempatan dana di investasi *unit link* mengalami kinerja yang kurang baik atau minus 76.2%, dari Rp 1,4 triliun pada 2012 menjadi hanya Rp 354 miliar pada 2013.

The year 2013 is best described as the year of uncertainties and challenges, particularly with the slowdown of the Indonesian economy. After years of current account surpluses, in 2013 Indonesia registered a trade deficit. As a result, the rupiah became depreciated and Bank Indonesia (BI) responded by rising interest rate in June 2013 to arrest the rising dollar.

This led to the slowdown in the economy as companies chose to postpone investments in capital goods, waiting for the interest rate to subside.

The poor performance of the capital market and the Indonesian economy negatively affected investment income. Fund placement in unit link investment experienced poor performance or minus 76.2%, from IDR 1,4 trillion in 2012 to only IDR 354 billion in 2013.

Namun demikian, Allianz Indonesia berhasil mencapai pertumbuhan yang positif.

Risk Based Capital (RBC) atau indikator kecukupan modal tetap berada di atas ketentuan minimum yang ditetapkan Pemerintah yaitu 120%.

Pada tahun 2013, RBC bisnis asuransi umum (Allianz Utama) mencapai 179%, sedangkan untuk bisnis asuransi jiwa (Allianz Life) mencapai 539%.

Bisnis asuransi jiwa dan kesehatan mengalami hasil yang kurang baik pada semester pertama 2013, namun dengan strategi yang tepat kami berhasil mencetak pertumbuhan yang baik di paruh kedua tahun tersebut.

Untuk asuransi umum, kami bekerjasama dengan lebih dari 100 dealer mobil, lebih dari 40 agen perjalanan dan didukung oleh lebih dari 2.000 agen di seluruh Indonesia.

Pertumbuhan tersebut didukung oleh ekspansi jalur distribusi untuk meningkatkan perolehan bisnis baru.

Pada saat yang sama Perusahaan didukung oleh tenaga pemasaran yang semakin kompeten khususnya di bisnis asuransi jiwa, dimana jumlah agen yang telah tersertifikasi bertambah sebanyak 39% dibandingkan dengan tahun 2012.

Yet Allianz Indonesia managed to register a positive growth.

Risk Based Capital (RBC) or capital adequacy indicator was maintained above the Government's minimum requirement, 120%.

In 2013, the RBC for the general insurance business (Allianz Utama) reached 179%, while for the life insurance business (Allianz Life) reached 539%.

Our life and health insurance business booked slightly below plan results in the first semester of 2013, but with the right strategy we managed to record higher growth in the second half of the year and compensated the performance of the previous semester.

For the general insurance business we worked with more than 100 car dealers, more than 40 travel agencies and were supported by more than 2,000 agents throughout Indonesia.

The growth was supported by the expansion of distribution channels to facilitate the acquisition of new businesses.

At the same time the Company was supported by sales forces now with improved competence, especially with regard to the life insurance business where the number of certified agents has increased by 39% compared to that of 2012.

Bisnis asuransi jiwa dan kesehatan (PT Asuransi Allianz Life Indonesia) memanfaatkan jaringan distribusi keagenan (Allianz Star Network) dan *bancassurance*, serta para *Account Executives*, jalur broker, *Direct Marketing/ Telemarketing* (DMTM) untuk menjangkau lebih banyak nasabah.

Tenaga pemasaran yang profesional adalah tulang punggung Perusahaan sebab mereka berperan tidak hanya sebagai tenaga penjual namun juga sebagai ujung tombak pelayanan dan edukasi masyarakat.

Hasilnya dapat terlihat dari Premi Tahun Pertama yang Disetahunkan dari bisnis asuransi jiwa dan kesehatan sebagai salah satu indikator perkembangan bisnis baru; yang pada tahun 2013 mencapai Rp 1,63 triliun atau sedikit menurun dari Rp 1,70 triliun pada tahun 2012.

Pada tahun 2013 Allianz Utama telah menerima suntikan modal disetor sebesar Rp 158 miliar dari Allianz Asia Pacific & Africa GmbH. Langkah ini menegaskan komitmen berkelanjutan dari Allianz Grup untuk berinvestasi dan mengembangkan bisnis asuransi umum

Dengan permodalan yang memadai, strategi yang sehat, dan pelaksanaan yang cermat, Allianz Utama siap melanjutkan percepatan pertumbuhannya.

Pencapaian ini merupakan bukti kuatnya keuangan Allianz Indonesia sebagai fondasi untuk terus bertumbuh di kemudian hari.

The health and life insurance business (PT Asuransi Allianz Life Indonesia) made use of agents distribution network (Allianz Star Network) and bancassurance, alongside Account Executives, Brokers, Direct Marketing/ Telemarketing (DMTM) in order to reach more customers.

Professional sales force is the Company's backbone as they serve not only as salesperson, but also as the leading edge in service delivery and public education.

The result was shown by the Annualized New Premium of our life and health insurance business as one of the indicators of new business development; which in 2013 reached IDR 1.63 trillion or decreased slightly from IDR 1.70 trillion in 2012.

In 2013 Allianz Utama also received paid up capital injection in the amount of approximately IDR 158 billion from Allianz Asia Pacific & Africa GmbH. This move clearly underscored Allianz Group's continued commitment to invest in and grow the general insurance business.

With adequate capital, a sound and working strategy, and meticulous execution, Allianz Utama is poised to continue on its accelerated growth path.

The achievements demonstrated the financial strength of Allianz Indonesia as the foundation of its future growth.

Allianz Indonesia

IDR 9,07 Trillion

Combined GWP

IDR 23 Trillion

Combined Asset

IDR 4,56 Trillion

Combined Paid Claim

IDR 520 Billion

Combined Net Income

Allianz Life

IDR 1.633 Trillion

ANP Allianz Life 2013

538.9 %

RBC Life Health 2013

Allianz Utama

113.4 %

Combined Ratio Allianz Utama 2013

179.0 %

RBC Allianz Utama 2013

Keunggulan Operasional

Operational Excellence



SDM yang Kompeten, Proses Bisnis yang Efisien, Teknologi yang Efektif, – Prasyarat Layanan yang Unggul

*Competent People, Streamlined Business Process, Effective Technologies,
– The Prerequisite to Excellent Services*

Bagi Allianz Indonesia kepuasan nasabah adalah salah satu prioritas utama. Hal ini sejalan dengan visi Perusahaan, yaitu berupaya untuk mewujudkan janji-janji melalui pengalaman yang tak terlupakan dalam benak nasabah, melebihi hasil yang diharapkan.

Dalam memberikan pelayanan terbaik, kami berusaha untuk memberikan perlindungan yang mudah dan terpercaya bagi nasabah serta menjawab kebutuhan nasabah yang terus berganti seiring dengan perkembangan teknologi.

At Allianz Indonesia, customer satisfaction is one of our key priorities. This is in line with our vision, which states that we strive to deliver promises that leaves a memorable experience in the customer's mind, beyond the expected result.

In providing the best possible service experience, we strive to provide our customers an easy and reliable protection in line with the rapid changes in their needs and technology advancements.

Untuk mencapai tujuan tersebut Allianz Indonesia berinvestasi di kualitas para karyawannya, proses bisnis, dan teknologi sebagai prasyarat untuk mewujudkan layanan yang unggul.

Dalam praktiknya, kami terus meningkatkan kompetensi para karyawan melalui pelatihan dan pendidikan, mempekerjakan lebih banyak profesional dengan pengalaman dan keterampilan yang dibutuhkan; mengingat bahwa karyawan adalah kunci untuk menyediakan layanan yang terbaik – melebihi teknologi dan proses bisnis.

Kami telah mengimplementasikan berbagai proyek dengan tujuan menjadikan proses bisnis lebih efisien, teratur dan terstandar; untuk meningkatkan efisiensi di seluruh proses dan mempermudah proses kerja bagi sesama karyawan terlepas dari bagian, tingkat atau posisi yang bersangkutan.

Salah satunya adalah pemanfaatan teknologi untuk meningkatkan *customer journey* – dari mulai saat calon nasabah mencari informasi tentang produk hingga saat menikmati manfaat produk tersebut.

Investasi selanjutnya di fungsi-fungsi pendukung seperti Sistem Informasi SDM dan Keuangan juga akan mendukung pertumbuhan melalui otomatisasi proses fungsi-fungsi pendukung, peningkatan produktivitas, biaya, dan dukungan bagi para staf. Hal ini akan memungkinkan kami untuk tetap berfokus pada nasabah serta tantangan-tantangan baru, sehingga dapat terus mengembangkan penawaran dan layanan yang lebih baik bagi para nasabah.

Tahun Service Excellence

Kami mencanangkan tahun 2013 sebagai *Year of Service Excellence* – dimana inti dari program *Service Excellence* kami adalah untuk membangun orientasi seluruh organisasi untuk memberikan pelayanan yang lebih dari layanan yang biasa diberikan, baik kepada nasabah baik internal maupun eksternal.

For this to become a reality, Allianz Indonesia invests in the quality of its employees, business processes, and technology as the prerequisites to service excellence.

In practice, we continued to revamp the competence of our people by training and educating our employee, hiring more professionals with the required experience and skills, as people is indeed the mainstay of delivering excellent services – above and beyond technology and business process.

We have also implemented projects aimed at making business processes more efficient, streamlined, and standardized; to accomplish the best in order to increase the efficiency of the entire process, making the task easier for the next person in line – regardless of the department, level or position.

One of these was the implementation of technologies to improve the customer journey – from the point a prospective customer looks for product information to the point when the customer receives the benefits.

Future investment in corporate support functions like HR Information System and Finance will also support our growth by automating the processes of support functions, continuing our improvement of productivity, costs, and support for our staff. This will enable us to keep our employees focused on the customer, as well as on new challenges that allow it to continue to develop better offerings and services for the customer.

The Year of Service Excellence

The year 2013 was officially recognized as The Year of Service Excellence. Essentially, our Service Excellence program is to build a service oriented mindset – far beyond the ordinary approach in providing service to our internal and external customers, in the whole organization.

Program ini berlangsung selama tiga tahun, di mana semua karyawan akan dilatih untuk memahami pentingnya pelayanan yang prima dalam tugas-tugas mereka, dan untuk mengembangkan keterampilan yang dibutuhkan untuk menyediakan layanan secara konsisten dengan cara terbaik.

Allianz menggunakan *Net Promoter Score* untuk mengukur tingkat kepuasan layanan internal kami – sehingga kami akan mengetahui yaitu sejauh mana karyawan/ departemen akan merekomendasikan suatu departemen/ jasa kepada pihak lain.

Kami juga telah mulai melakukan standardisasi kantor-kantor pemasaran dengan tampilan baru yang menonjolkan karakter yang berorientasi pada layanan – menekankan citra perusahaan yang kredibel dan terpercaya sebagai mitra yang tepat bagi para nasabah dan mitra bisnis.

Lebih penting lagi, kantor dengan standar baru tersebut diyakini akan membantu menanamkan sikap sadar layanan dalam rutinitas dan budaya kerja.

Saat ini sangatlah tepat. Dengan kredibilitas yang terus meningkat, Allianz Indonesia kini menjangkau lebih banyak nasabah baik di asuransi umum maupun asuransi jiwa dan kesehatan, berkat kepercayaan dan keyakinan para keluarga dan perusahaan-perusahaan Indonesia.

Dalam prakteknya, keunggulan layanan diwujudkan dalam rutinitas sehari-hari yang didasarkan pada lima prinsip *Service Charter* Allianz:

1. Mudah dijangkau dan bekerja sama:

Mudah dihubungi melalui berbagai cara kontak.

2. Ramah dan siap membantu: Siap memberikan bantuan dan solusi, mendengarkan dengan aktif, peduli dan tulus, hormat, dan berempati.

3. Cepat dan akurat: Responsif dalam menanggapi/ menyelesaikan permasalahan nasabah dan terus meningkatkan kualitas kerja.

4. Proaktif: Bertindak sebelum masalah terjadi.

5. Jujur: Mematuhi kode etik dan bertindak transparan dalam berbisnis.

This program runs for three years, during which all employees will be trained to understand the meanings of service excellence to their roles and to develop the skills required to provide services consistently in a superior manner.

Allianz uses Net Promoter Score to measure internal service – the extent to which the employees/ departments would recommend a certain department/services to other users.

We have also started standardizing our sales offices with the new look that more prominently puts forward our service-oriented persona – emphasizing the image of a credible and trustworthy company to our customers and business partners.

More importantly, the newly refurbished sales offices would help instilling the service-conscious culture in our daily routines and work culture.

Our time is indeed, impeccable. With our credibility on the rise, Allianz Indonesia is attracting more customers both in the general, life and health insurance, thanks to the trust and confidence of the Indonesian families and companies.

In practice, the service excellence is manifested in our daily routines, which are based on the five principles of the Allianz Service Charter:

1. Easy to reach and to deal with:

Easy to get in touch through a wide range of contact getaways.

2. Friendly and helpful: Ready to offer help and solution, listen actively, show sincere care, respect, and empathy.

3. Fast and accurate: More responsive in responding/ settling customer-related cases, and continuously improve work quality.

4. Proactive: Act before something happens.

5. Honest: Comply with our code of conduct and transparent in our dealings.

Digitalisasi Mendukung Efisiensi

Fokus kami selanjutnya adalah terus meningkatkan efisiensi dalam proses bisnis. Salah satu proyek utamanya adalah digitalisasi, yang selain mempersingkat proses serta meningkatkan efisiensi penggunaan sumber daya, memberikan manfaat layanan yang lebih nyaman dan berdampak terhadap kepuasan nasabah yang lebih baik.

Manfaat tersebut dapat dilihat di departemen *underwriting*. Sebagai contoh, proses *underwriting* untuk asuransi kendaraan bermotor saat ini sepenuhnya berbasis komputer sehingga proses persetujuan menjadi lebih singkat; juga memperkecil risiko penipuan.

Untuk asuransi Jiwa, perbaikan utama adalah *paperless back office*, dimana dokumen disajikan dan diproses dalam bentuk digital. Dengan demikian pertukaran informasi menjadi lebih cepat dan mudah sementara informasi pribadi aman terlindungi.

Pada saat yang sama semua bentuk komunikasi dan penyampaian informasi kini tersedia dalam bentuk digital: pemegang polis dapat meminta tagihan dikirimkan melalui e-mail; pemegang polis asuransi jiwa individu dapat menggunakan e-statement kapan saja dan di mana saja; sedangkan aktivasi produk dan konfirmasi klaim beberapa produk asuransi umum kini dilakukan melalui SMS.

Kami juga menyediakan portal nasabah *online*, untuk memberikan informasi yang dapat diakses 24 jam setiap hari, di mana saja.

Untuk mendukung aktivitas penjualan kami juga melengkapi para agen Allianz Star Network dengan ASIS (*Allianz Sales Illustration System*), yaitu aplikasi berbasis iPad yang memungkinkan agen untuk menyiapkan ilustrasi manfaat dan proposal kepada calon nasabah *on-the-go*.

Digitalization in Driving Efficiency

Our next focus is to improve our business process efficiency. One of the major projects is digitalization, which, alongside faster processing time and efficient use of resources, delivers such benefits as more convenient services that lead to improved customer satisfaction.

An unequivocal depiction of this is served by the underwriting department. For example the underwriting for motor vehicle insurance is now fully computerized, cutting approval time for the customers while minimizing fraud risk.

In the Life business, the major improvement is the paperless back office, in which documents are presented and exchanged in a digital format. This allows faster and more convenient information sharing while ensuring personal information is securely protected.

Meanwhile, all communication and delivery of information is now available in a digital format: policyholders can have their billing statement to be sent via e-mail; individual Life policyholders may enjoy the convenience of viewing their e-statement anytime and anywhere; while product activation and claim confirmation of several general insurance products are now via SMS.

We also provide online customer portal, to provide which available to the customers 24x7, anywhere.

*We also have facilitated our Life insurance sales force under Allianz Star Network to conduct sales more conveniently using ASIS (*Allianz Sales Illustration System*), an iPad-based application that allows them to create illustration of benefits and proposals to prospective customer on-the-go.*

Terus Berinvestasi di Teknologi Informasi

Allianz Indonesia menganggap teknologi adalah kunci utama keunggulan operasional, dan dengan demikian terus berinvestasi di teknologi-teknologi yang menguntungkan dari sisi bisnis, sejalan dengan strategi Perusahaan.

Pada khususnya, kami berinvestasi secara signifikan di infrastruktur Teknologi Informasi (TI) dan sistem keamanan untuk menyediakan sistem TI yang stabil bagi para nasabah yang terus bertambah banyak. Kami juga mengotomatisasi proses-proses bisnis untuk melayani nasabah dengan lebih efektif menggunakan sumber daya yang tersedia secara efisien.

Tidak kalah penting, sistem TI tersebut juga harus cukup besar dan dapat dikembangkan sesuai dengan pertumbuhan jumlah nasabah dan kegiatan usaha.

Di samping peningkatan pengalaman nasabah melalui layanan yang sederhana, cepat, dan lebih nyaman, otomatisasi proses bisnis meningkatkan keamanan dan kehandalan. Dengan demikian para nasabah dapat menikmati layanan kami kapan saja, di mana saja.

Selain itu, teknologi memungkinkan kami untuk meluncurkan produk baru ke pasar dalam tempo yang lebih singkat, siap untuk memenuhi kebutuhan nasabah yang terus berubah.

Continue to Invest in Information Technology

Allianz Indonesia recognizes technology as the key strategic differentiator in operation excellence, and therefore continually invests in technologies that deliver business value, in line with our strategies.

Specifically, we heavily invest in Information Technology (IT) infrastructure and security in order to provide a stable IT platform for our growing customer base. We also automate more of the business processes in order to serve the customers more effectively using the most efficient resources available.

Not less importantly, the IT system must be scalable – or may be expanded accordingly as our customers and business activities grow.

Alongside the improved customer experience through simpler, faster, more convenient services, this automation of business processes ensures greater security and reliability. As a result, the customers are able to enjoy our services at anytime, anywhere.

Furthermore, the technologies allow us to launch new products to the market in much less time, ready to meet our customers' evolving needs.



Berdiri sejak 2006, Allianz Life Syariah selalu mencetak pertumbuhan yang positif dari tahun ke tahun. Hal ini dibuktikan dengan diraihnya berbagai penghargaan sebagai asuransi Islami terbaik sejak tahun 2008 hingga 2013. Hingga kini, Allianz Life Syariah melayani lebih dari 80,000 nasabah yang terus bertambah.

Established since 2006, Allianz Life Sharia always recorded positive growth from year to year. This is evidenced by the numerous awards won as best Islamic insurance from 2008 to 2013. Till now, Allianz Life Sharia serves more than 80,000 customers and continue to grow.

Tata Kelola Perusahaan yang Baik

Good Corporate Governance

I. Tata Kelola Perusahaan

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 Kebijakan & Prosedur Anti Korupsi, Kebijakan Anti Pencucian Uang, *Anti-Fraud Policy* dan Protokol Investigasi, Kode Etik, dan Pedoman dan Prosedur *Whistleblowing*.

Struktur Tata Kelola Perusahaan yang Baik adalah sebagai berikut:

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	:	Wiyono Kurniawan Sutioso
Komisaris	:	Daniel Neo
Komisaris Independen:	Arif Firman	

PT Asuransi Allianz Utama Indonesia:

Presiden Komisaris	:	Joachim Wessling
Wakil Presiden Komisaris	:	Heinz Walter Dollberg
Komisaris	:	Eddy Sudarsono
Komisaris Independen	:	Arif Firman

I. Corporate Governance

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

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

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

The structure of Good Corporate Governance comprises the following:

1. 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
Commissioner	:	Wiyono Kurniawan Sutioso
Commissioner	:	Daniel Neo
Independent Commissioner	:	Arif Firman

PT Asuransi Allianz Utama Indonesia:

President Commissioner	:	Joachim Wessling
Vice President Commissioner	:	Heinz Walter Dollberg
Commissioner	:	Eddy Sudarsono
Independent Commissioner	:	Arif Firman

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

Komite Audit

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

Komite 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
Wakil Direktur Utama	:	Handojo Gunawan Kusuma
Direktur	:	Todd Swihart
Direktur	:	Meylindawati
Direktur	:	Alan Jonathan
		Tangkas Darmawan

PT Asuransi Allianz Utama Indonesia:

Presiden Direktur	:	Daniel Neo
Wakil Presiden Direktur	:	Wiyono Kurniawan Sutioso
Direktur	:	Eric Nemitz
Direktur	:	Inkes Lukman

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

Audit Committee

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

Risk Committee

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

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
Vice President Director	:	Handojo Gunawan Kusuma
Director	:	Todd Swihart
Director	:	Meylindawati
Director	:	Alan Jonathan
		Tangkas Darmawan

PT Asuransi Allianz Utama Indonesia:

President Director	:	Daniel Neo
Vice President Director	:	Wiyono Kurniawan Sutioso
Director	:	Eric Nemitz
Director	:	Inkes Lukman

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

Komite Investasi

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

3. Komite Pendukung lain

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

Unit Audit Internal

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

Unit Kerja Pengenalan Nasabah

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

Komite Integritas

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

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

Investment Committee

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

3. Other Supporting Committees

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

Internal Audit Unit

The Internal Audit Unit is an independent internal unit 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.

Know Your Customer Working Unit

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

Integrity Committee

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

Tugas Komite Integritas adalah:

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

4. Dewan Pengawas Syariah

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

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

Kebijakan Tata Kelola Perusahaan yang Baik

Kebijakan & Prosedur Anti Korupsi

Kebijakan ini bertujuan untuk menghindari sanksi hukum dan kerusakan reputasi akibat tindakan ilegal dan kriminal seperti korupsi atau suap. Kebijakan ini dibuat untuk memenuhi Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2006 tentang Ratifikasi Konvensi PBB terhadap Korupsi, 2003 ("Undang-Undang Anti-Korupsi") dan peraturan lainnya di Indonesia tentang korupsi sebagai tindak pidana.

Kebijakan Anti Pencucian Uang

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

The duties of Integrity Committee are:

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

4. Sharia Supervisory Board

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

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

Good Corporate Governance Policies

Anti-Corruption Policy & Procedure

This policy aims to avoid law sanction and reputational damage from conducting illegal and criminal activities such as corruption or bribery. This policy is made to comply with Law Number 7 Year 2006 concerning Ratification of United Nations Convention against Corruption, 2003 ("Anti-Corruption Law") and other Indonesia regulations concerning corruption as criminal act.

Anti-Money Laundering Policy

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

Kebijakan & Protokol Anti-Fraud

1. Kebijakan Anti-Fraud

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

2. Protokol Investigasi

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

Kode Etik

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

Kode Etik – Kebijakan tentang Hadiah & Hiburan

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

Kode Etik Penjualan

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

Pedoman dan Prosedur Whistleblowing

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

II. Audit Internal

Audit Internal membantu Komite Audit dan Dewan Komisaris dalam memantau Perusahaan, melalui pemastian dan konsultasi yang independen dan obyektif yang dirancang untuk meningkatkan nilai dan kegiatan operasional perusahaan.

Anti-Fraud Policy & Protocol

1. Anti-Fraud Policy

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

2. Investigation Protocol

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

Code of Conduct

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

Code of Conduct - Gift & Entertainment Policy

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

Sales Code of Conduct

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

Whistleblowing Guidelines and Procedure

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

II. Internal Audit

The Internal Audit assists the Audit Committee and the Board of Commissioners in monitoring the Company, through independent, objective assurance and consulting activity designed to add value and improve organization's operations.

Audit Internal membantu perusahaan untuk mencapai tujuannya melalui pendekatan yang sistematis dan disiplin untuk mengevaluasi dan meningkatkan efektivitas proses tata kelola, manajemen risiko dan pengendalian.

Audit Internal juga melakukan kajian lanjut untuk memantau dan memastikan bahwa rekomendasi audit telah dilaksanakan secara efektif oleh Manajemen.

III. Manajemen Risiko

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

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

Kerangka kerja yang komprehensif tersebut memastikan bahwa semua risiko yang ada telah diidentifikasi, dianalisa, diukur, dan dikelola secara konsisten di seluruh Grup. Risk appetite ditentukan oleh strategi risiko dan struktur batasan yang jelas. Pemantauan dan pelaporan risiko secara ketat memungkinkan Perusahaan untuk mendeteksi kemungkinan penyimpangan dari toleransi risiko yang dapat terjadi pada tahap awal baik di tingkat Grup maupun Perusahaan.

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

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

The internal audit activity helps an organization accomplish its objective by bringing a systematic, disciplined approach to evaluate and improve the effectiveness of governance, risk management and control processes.

The Internal Audit also conducts a followup review to monitor and ensure that audit recommendations have been effectively implemented by the Management.

III. Risk Management

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

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

This comprehensive framework ensures that risks are identified, analyzed, assessed and managed in a consistent manner across the Group. Our risk appetite is defined by a clear risk strategy and limit structure. Close risk monitoring and reporting allows us to detect potential deviations from our risk tolerance at an early stage at both the Group and operating entity levels.

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

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

Komponen utama dari risiko adalah sebagai berikut:

a. Risiko kredit

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

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

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

b. Risiko pasar

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

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

– Risiko Mata Uang

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

The main components of risks are as follows:

a. Credit risk

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

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

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

b. Market risk

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

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

– Currency risk

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

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.

– Risiko suku bunga

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

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

– Risiko harga ekuitas

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

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

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

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

– Interest rate risk

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

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

– Equity price risk

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

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

c. Risiko likuiditas

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

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

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

d. Risiko asuransi

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

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

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

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

c. Liquidity risk

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

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

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

d. Insurance risk

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

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

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

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

e . Risiko Operasional

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

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

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

IV. Manajemen Modal

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

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

Pada tanggal 31 Desember 2013 dan 2012, rasio solvabilitas Allianz Life adalah masing-masing 539% dan 384%, dan untuk Allianz Utama masing-masing 179% dan 204%, dan dengan demikian sesuai dengan rasio solvabilitas minimum.

e. Operational Risk

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

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

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

IV. Capital Management

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

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

As of 31 December 2013 and 2012, Allianz Life's solvency ratio were 539% and 384% respectively and Allianz Utama's 179% and 204%, and therefore was in compliance with the minimum solvency ratios requirement.

Mitra Terpercaya

Trusted Partner

Sebagai perusahaan asuransi, bagi Allianz Indonesia kepercayaan nasabah adalah faktor penting untuk kelangsungan Perusahaan; oleh sebab itu pengalaman, lini produk dan layanan mutlak dibutuhkan untuk membangun kepercayaan dan loyalitas secara efektif.

Sebagai bagian dari Allianz Group yang secara global mencakup 70 negara di seluruh dunia, kami telah berpengalaman di Indonesia sejak membuka kantor perwakilan di Jakarta pada tahun 1981.

Pengalaman selama bertahun-tahun dalam dinamika perekonomian Indonesia dan perubahan aspek-aspek sosial dan ekonomi dari nasabah, termasuk keunikan lain yang membuat pasar Indonesia berbeda dengan negara-negara Asia lainnya, adalah pengetahuan berharga yang dibutuhkan untuk tidak hanya memenuhi kebutuhan nasabah namun juga kebutuhan yang belum mereka sadari.

Layanan yang Luas, 24x7

Allianz Center : Dengan konsep layanan satu atap, Allianz Center melayani kebutuhan pelanggan dan agen, mulai dari penanganan klaim, pengkinian data, pengaturan polis, hingga One Day Service bagi pemegang polis MobilKu. Allianz Center hadir di Jakarta, Surabaya, Bandung dan Denpasar.

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

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

To Allianz Indonesia as an insurer, customers' trust is indeed at the core of our existence; and no other tools that allow us to build trust and cement loyalty more effectively than our experience, product and service lines.

As part of Allianz Group, the global network spanning across 70 countries worldwide, we have experience in Indonesia since we first set up our representative in Jakarta in 1981.

Years of exposure to the dynamics of Indonesia's economy and the evolution of the customers from social and economic aspects, with all the distinctive qualities that makes the Indonesian market unique compared to the rest of Asia have equipped us with the in-depth knowledge required; not only to fulfill the customers' needs but also to provide them with the needs they do not yet realize.

Extended Services, 24x7

Allianz Center : Based on a one-stop-solutions concept, Allianz Center caters to the needs of customers and agents, from handling claim inquiries, data updates, policy maintenance, to One Day Service for MobilKu policyholders. Allianz Center is now present in Jakarta, Surabaya, Bandung and Denpasar.

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

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

Towing Car dan Emergency Road Assistance:

Baru-baru ini, untuk meningkatkan kepercayaan nasabah terutama nasabah asuransi mobil MobilKu, kami memperkenalkan Towing Car dan Emergency Road Assistance. Layanan gratis ini memastikan nasabah tiba di rumah dengan selamat saat terjadi keadaan darurat di tengah jalan, seperti kehabisan bensin, ban kempes, aki rusak, kehilangan kunci mobil, dan lain sebagainya.

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

Call Center : Call Center kami menyediakan tidak hanya informasi mengenai produk namun juga status klaim. Khusus para nasabah Allianz Life juga dapat menikmati bantuan medis 24 jam dari Medical Hotline kami yang antara lain menyediakan informasi rumah sakit rekanan dan jaminan rumah sakit.

Baru-baru ini kami memperpanjang jam layanan Call Center bagi nasabah asuransi umum, dari 8 jam menjadi 24 jam sehari.

Nasabah cukup menghubungi nomor Call Center di +6221-2926 9999 untuk mendapatkan layanan menyeluruh Call Center Allianz Indonesia.



Towing Car and Emergency Road Assistance:

More recently, to cement the trust of our customers especially those of MobilKu auto insurance, we introduced Towing Car and Emergency Road Assistance. This free service ensures that our customers will arrive home safe and sound when emergencies arise in the middle of the road at unlikely times, such as fuel shortage, flat tire, battery failure, loss of car keys, etc.

As soon as the customer contacts our call center, a dedicated team will be dispatched to the location to repair or tow the vehicle to our partner workshop. Currently this service is available in Jakarta, Depok, Tangerang, Bekasi, Bandung, Semarang, Surabaya and Bali.

Call Center : Our Call Center provides not only product information but also claim status. The customers of Allianz Life in particular, also enjoy 24-hour medical assistance from our Medical Hotline that provides information on hospital partners and hospital guarantee among others.

Recently, we extended the availability of Call Center for our general insurance customers, from 8 hours to 24 hours a day.

Customer can dial +6221-2926 9999 to get the service from Allianz Indonesia Call Center.

Towing Car :

Towing Car dan Emergency Roadside Assistance hadir untuk pemegang polis MobilKu ketika mengalami musibah atau masalah kendaraan di jalan raya. Towing Car and Emergency Roadside Assistance for MobilKu policyholders when emergencies arise in the middle of the road at unlikely times.

Customer Online Portal

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

Bancassurance Portal

Khusus para *Insurance Specialist* (tenaga pemasaran mitra bank) kami, tersedia portal khusus untuk *bancassurance*, dimana mereka dapat mengecek penjualan, menelusuri status polis dan mengatur portfolio.

ASIS for iPad

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

Solusi Asuransi yang lengkap

Allianz Indonesia menawarkan solusi lengkap yang terdiri dari seluruh kategori utama dalam lini produk asuransi jiwa dan umum, bagi nasabah individu maupun perusahaan. Solusi tersebut dilengkapi dengan inovasi yang senantiasa dikembangkan seiring dengan perubahan preferensi dan gaya hidup nasabah, serta perkembangan ekonomi dan sosial.



Di tahun 2013 Allianz Indonesia telah melakukan total pembayaran klaim sebesar Rp 4,56 triliun
In 2013, Allianz Indonesia has made a total claim payments of IDR 4.56 trillion

Customer Online Portal

Allianz Indonesia also provides *Customer Online Portal* to give an easy access for life and health insurance policyholders, as well as motor insurance and travel insurance. The customers could maintain their policy status, claim status, investment progress and unit price, latest Allianz news and others at *Customer Online Portal*.

Bancassurance Portal

Our *Insurance Specialist* at bank partner can access the *bancassurance* portal where they can manage their sales, track policy status and manage the portfolio.

ASIS for iPad

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

Complete Insurance Solutions

Allianz Indonesia offers a complete range of solutions that consist of the entire core categories in life and general insurances, for individual as well as corporate customers. These are consummated with innovations that evolve constantly in line with the dynamics of customer preferences and lifestyle, as well as the economic and social developments.

Asuransi Jiwa

SmartLink Flexi Account Plus

Memberikan perlindungan jiwa yang maksimal serta alokasi yang positif semenjak tahun pertama Polis aktif. Selain itu juga dilengkapi dengan pilihan manfaat tambahan terhadap 100 kondisi penyakit kritis, perlindungan terhadap risiko meninggal atau cacat akibat kecelakaan, cacat tetap total karena sakit atau kecelakaan, pembebasan premi, serta santunan harian apabila peserta harus dirawat inap dan operasi di rumah sakit. Juga tersedia dalam basis syariah yaitu, AlliSya Protection Plus.

SmartLink New Flexi Account

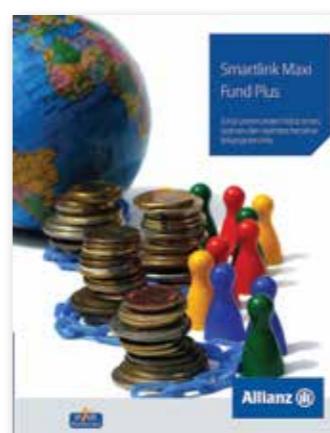
Memberikan manfaat asuransi sekaligus investasi dengan pembayaran premi berkala yang memberikan proteksi sekaligus investasi yang memberikan solusi keuangan yang komplit bagi setiap nasabah. Juga tersedia dalam basis syariah, AlliSya Protection.

SmartLink Maxi Fund Plus

Merupakan produk *unit link* dengan pembayaran premi sekaligus yang memberikan manfaat investasi yang maksimal disertai juga dengan perlindungan jiwa. Juga tersedia dalam basis syariah, AlliSya Maxi Fund Plus.

MyEducation

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



Life Insurance

SmartLink Flexi Account Plus

Provides maximum protection benefits with positive allocations from the first year. 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

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

SmartLink Maxi Fund Plus

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

MyEducation

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

MyFuture

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

MyProtection

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

Berikut informasi mengenai beberapa manfaat tambahan:

Accidental Death & Disablement Benefit

Perlindungan terhadap risiko meninggal dunia, Cacat Tetap Total dan Cacat Tetap Sebagian sebagai akibat dari kecelakaan.

Critical Illness Plus/ CI Accelerated

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

CI 100

Merupakan manfaat tambahan yang memberikan perlindungan terlengkap terhadap 100 kondisi penyakit kritis. CI100 memberikan perlindungan terhadap Tertanggung dimulai dari kondisi awal (*early CI*) sampai dengan kondisi akhir (*advanced CI*), bahkan untuk kondisi terparah sekalipun (*catastrophic CI*). Yang lebih menarik lagi, Tertanggung akan mendapatkan perlindungan hingga usia 100 tahun dan memiliki fasilitas *multiple claims* selama manfaat polis asuransi tambahan berlaku.

Total Permanent Disability/ TPD Accelerated

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

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.

MyFuture

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

MyProtection

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

The following is information on riders:

Accidental Death & Disablement Benefit

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

Critical Illness Plus / CI Accelerated

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

CI 100

A rider that offers complete protection against 100 critical illnesses. CI100 provides protection to the insured starting from initial stage (early CI) to the final stage (advanced CI), and even to the terminal stage (catastrophic CI). Even more interesting, the insured are protected until the age of 100 years old and provided with multiple claims feature for as long as the additional insurance benefits are valid.

Total Permanent Disability/TPD Accelerated

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

Payor Protection/Spouse Payor Protection

Benefits that offer premium exemption 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 terdiagnosa salah satu dari 49 Penyakit kritis atau mengalami cacat tetap total.

Flexicare Family

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

Hospital dan Surgical Care Plus

Perlindungan terhadap kesehatan di Rumah Sakit yang komprehensif, Hospital & Surgical Care Plus memberikan manfaat rawat inap serta pembedahan yang dilengkapi dengan manfaat tambahan berupa kemoterapi, dialisa dan fisioterapi. Manfaat tersebut dapat diajukan secara *reimbursement* ataupun *cashless*.

Asuransi Kesehatan Individu**SmartHealth Maxi Violet**

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

Asuransi Kesehatan Kumpulan**SmartHealth Group**

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

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

Protection against health risks for the customers and their families if they must be put in inpatient care at hospital. The maximum number of units taken is 15 units with one unit equivalent to IDR 100,000.

Hospital and Surgical Care Plus

Protection of health in a comprehensive hospital, the Hospital & Surgical Care Plus provides hospitalization benefits as well as surgery with the added benefits of chemotherapy, dialysis and physiotherapy. The benefits may be claimed by reimbursement or cashless.

Individual Health Insurance**SmartHealth Maxi Violet**

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

Group Health Insurance**SmartHealth Group**

Insurance program that assists companies in providing health care to employees as assets. Allianz provides complete protection, covering inpatient and outpatient treatment, pregnancy, dental treatment and prescription glasses. Allianz offers three group-insurance products customizable according to each company's specific requirements, namely SmartHealth Blue Sapphire (*Indemnity*), SmartHealth Light Titanium (*Indemnity* in USD) and SmartHealth Classic Premier (as charged).

Asuransi Mikro

Payung Keluarga

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

Dana Investasi

Allianz Indonesia menyediakan 48 pilihan fund bagi nasabah, dengan 16 di antaranya adalah fund unit link. Di tahun 2013, kami telah meluncurkan lima fund baru untuk semakin melengkapi pilihan fund yang beragam: Best of Best Indonesia Fund, Liquiflex LQ45 fund, Equity Indoconsumer Fund, Equity Infrastructure Fund and Equity Small Medium Capital Fund. Nasabah dapat memilih fund yang sesuai dengan tujuan investasi dan profil risiko masing-masing. Secara regular setiap tahun kami mengirimkan laporan kinerja dana unit link secara langsung kepada nasabah, agar mereka dapat memonitor perkembangan dananya.



Micro Insurance

Payung Keluarga

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

Investment Fund

Allianz Indonesia offers 48 funds for customers, 16 of which are unit link fund. In 2013, we have launched five new funds to complete an already varied fund choice: Best of Best Indonesia Fund, Liquiflex LQ45 fund, Equity Indoconsumer Fund, Equity Infrastructure Fund and Equity Small Medium Capital Fund. Customers may select the fund to suit their investment objectives and risk profiles. We regularly send unit link fund annual report directly to customers for them to be able to monitor the fund performance.

Asuransi Umum

MobilKu

Asuransi perlindungan terhadap kerusakan kendaraan bermotor akibat tabrakan, kecelakaan, kehilangan, pencurian, maupun risiko-risiko lainnya di jalan raya. Merupakan asuransi kendaraan bermotor pertama di Indonesia yang menawarkan pilihan penyelesaian klaim dalam bentuk penggantian uang kepada Tertanggung sebagai kompensasi atas kerusakan minor mobil dengan estimasi klaim maksimum sebesar Rp1,5 juta dalam satu periode pertanggungan. Asuransi ini juga memberikan perlindungan maksimal Rp 2 juta atas kehilangan harta benda milik pribadi (kecuali perhiasan dan logam mulia) yang ada di dalam kendaraan saat kendaraan itu hilang akibat dicuri atau kendaraan mengalami kerusakan total.

RumahKu

Asuransi khusus untuk rumah tinggal yang menyediakan perlindungan komprehensif termasuk kerusakan maupun kerugian atas bangunan dan isi rumah. Jaminan ini dapat ditambahkan dengan perlindungan atas kerusuhan, huru-hara, gempa, letusan gunung berapi, perampokan, pencurian dan banjir. Juga tersedia dalam bentuk syariah.

Kartu ProteksiKu

Asuransi kecelakaan diri yang memberikan santunan untuk meninggal dunia dan cacat tetap yang diakibatkan kecelakaan, dengan perlindungan selama satu tahun, dan berlaku di seluruh dunia. Dengan premi yang sangat terjangkau, Rp 27,500 per tahun per polis, Anda mendapatkan manfaat hingga Rp 25 juta per polis, dan maksimum memiliki lima polis Kartu ProteksiKu dengan manfaat asuransi kecelakaan diri hingga Rp 125 juta. Proses pendaftaran dilakukan melalui SMS dan mulai berlaku 24 jam setelah aktivasi via SMS berhasil dan mendapat konfirmasi aktivasi polis via SMS. Polis yang sudah aktif akan berlaku selama satu tahun untuk usia 30 hari hingga 60 tahun.

General Insurance

MobilKu

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

RumahKu

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

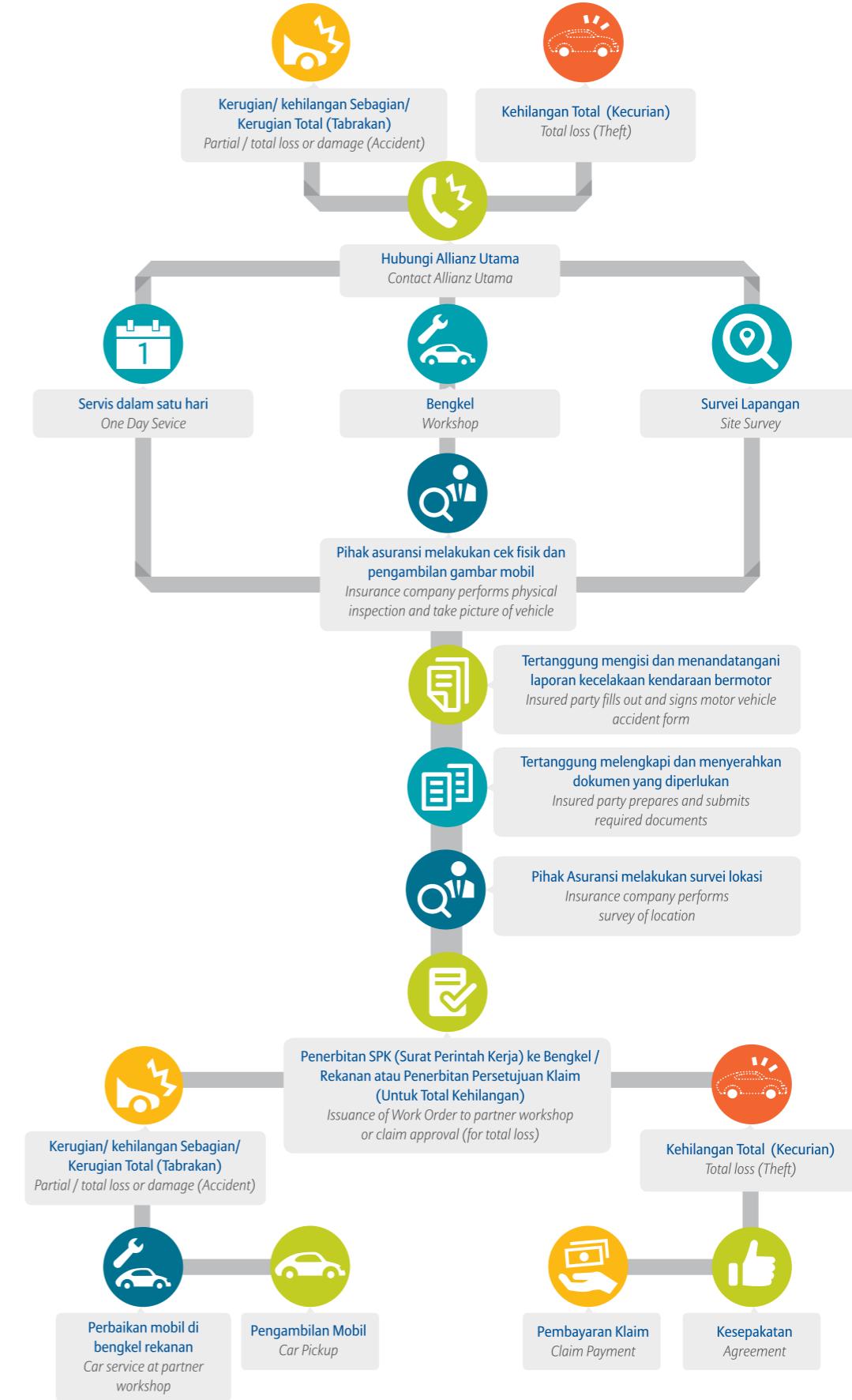
Kartu ProteksiKu

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

Alur Klaim Asuransi Jiwa & Kesehatan Life & Health Insurance Claim Flow



Alur Klaim Asuransi Kendaraan Motor Insurance Claim Flow



Dana KesehatanKu

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

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

TravelPRO

Asuransi perjalanan luar negeri dengan fasilitas premi dimulai dari sebesar USD 3 dengan manfaat berupa biaya medis karena sakit dan kecelakaan hingga sebesar USD 100,000 di seluruh dunia. TravelPRO juga memberikan manfaat berupa santunan harian rawat inap rumah sakit luar negeri, layanan evakuasi dan repatriasi, biaya darurat untuk keluarga yang menemani, santunan duka dalam hal meninggal dunia.

Asuransi lainnya

- **Engineering :** Erection All Risks, Construction All Risks, Machinery Breakdown, Electronic Equipment Insurance, Engineering Completed Risk, Electronic Equipment Insurance, Boiler Pressure Vessel, Deterioration in Cold Storage
- **Property :** Asuransi Kebakaran, Property All Risk, dengan atau tanpa tambahan: gangguan bisnis, gempa bumi, banjir, pencurian, kerusuhan, pemogokan, perbuatan jahat, huru hara
- **Vehicle :** Fleet Motor Vehicle: Comprehensive & Total Loss
- **Pengangkutan:** Asuransi Pengangkutan melalui Laut, Darat dan Udara, Marine Hull (Fronting Business)

Dana KesehatanKu

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

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

TravelPRO

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

Other insurance

- **Engineering :** Erection All Risks, Construction All Risks, Machinery Breakdown, Electronic Equipment Insurance, Engineering Completed Risk, Electronic Equipment Insurance, Boiler Pressure Vessel, Deterioration in Cold Storage
- **Property :** Fire Insurance, Property All Risks, with/without the addition: Business Interruption, Earthquake, Flood, Burglary/Theft, riots, strike, malicious damage, civil commotion
- **Vehicle :** Fleet Motor Vehicle: Comprehensive & Total Loss
- **Marine :** Marine Cargo by Sea, land and air, Marine Hull (fronting business)

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

Lebih Dekat dengan Nasabah

Pada saat yang sama, Allianz Indonesia senantiasa mengembangkan jalur distribusi untuk meningkatkan kenyamanan dan aksesibilitas dalam penyediaan layanan.

Sehubungan dengan itu, dalam beberapa tahun terakhir kami telah memperluas jalur distribusi dengan memanfaatkan jalur inovatif seperti Allianz Star Network dan memperluas jaringan bancassurance, serta memperkuat jalur tradisional yaitu broker, account executive dan DMTM.

Sejak beberapa tahun yang lalu Allianz Indonesia telah bekerja sama dengan bank-bank terkemuka untuk mendistribusikan produk dan layanan kami, khususnya asuransi jiwa. Jaringan mitra bank mencakup BTPN, Standard Chartered Bank, Bank Permata, Bank Ekonomi, Bank Muamalat, dan ANZ.

Pada tahun 2012 kami meningkatkan kerja sama dengan HSBC menjadi kemitraan eksklusif. Diawali pada tahun 2008, kerja sama eksklusif tersebut berlangsung tidak hanya di Allianz Indonesia namun juga di seluruh Asia.

Kerja sama tersebut jelas menguntungkan kami dalam upaya memperoleh nasabah baru dengan latar belakang sosial dan ekonomi yang sesuai dengan produk yang kami tawarkan.

Kemitraan dengan bank-bank memungkinkan kami untuk lebih dekat dengan para nasabah melalui perwakilan kami yang ditempatkan di kantor-kantor cabang bank. Pada saat yang sama kami dapat memasarkan produk dan layanan kepada pelanggan bank sebagai calon nasabah.

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

Close to Customers

At the same time, Allianz Indonesia consistently strives to improve our distribution channels in order to ensure convenience and accessibility in service delivery.

Accordingly, in recent years we expanded our distribution channels by offering innovative channels such as Allianz Star Network and expanding our bancassurance network, and strengthen the more traditional channels brokers, account executives and DMTM.

For several years now Allianz Indonesia has collaborated with leading banking institutions to distribute our products and services, specifically life insurance. These include BTPN, Standard Chartered Bank, Bank Permata, Bank Ekonomi, Bank Muamalat, and ANZ.

In 2012 we strengthened our tie with HSBC to exclusive partnership. Originally forged in 2008, this exclusivity applies not only to Allianz Indonesia but also across Asia.

This definitely provides us with the upper hand to gain new customers with social and economic background that is in line with our product offerings.

Partnerships with the banks definitely allow us to get closer to our customers through our representatives assigned at the banks' branches. Simultaneously we are able to market our products and services to the banks' customers as our prospective customers.

Tidak hanya menyediakan produk serta solusi finansial yang lengkap bagi nasabah, Allianz Indonesia juga berusaha memberikan nilai lebih dalam memberikan layanan, salah satunya melalui kampanye *Healthy Living*. Melalui kampanye ini, Allianz Indonesia mengajak masyarakat untuk mulai mempraktikkan pola hidup sehat dan memiliki kesadaran untuk melindungi diri dari berbagai risiko penyakit. Beberapa aktivitas dari kampanye *Healthy Living* ini di antaranya Allianz Jakarta Heart Run, Allianz Junior Football Camp, dan peluncuran manfaat tambahan CI 100.

Not only providing a complete financial products and solutions to customers, Allianz Indonesia also strives to give an added value in our service, such as Healthy Living campaign. This campaign invites public to live a healthy lifestyle and raise awareness to protect themselves from various risks of illness. Several activities of this Healthy Living campaign include Allianz Jakarta Heart Run, Allianz Junior Football Camp and the launch of rider CI100.



Allianz Star Network

Allianz Star Network (ASN) diluncurkan pada tahun 2011 sebagai jaringan agen terlatih dan terintegrasi yang bertujuan untuk mendukung ekspansi Perusahaan. Sebagai bagian dari strategi pertumbuhan Allianz Indonesia, para agen secara teratur mengikuti pelatihan ekstensif baik *in-class* maupun melalui sistem *e-learning*, agar tidak ketinggalan informasi perkembangan produk dan layanan dan dapat memberikan layanan terbaik kepada nasabah.

Saat ini terdapat lebih dari 17.000 agen yang terdaftar dalam jaringan ASN. Dengan pengetahuan dan keterampilan yang dikembangkan sebagai anggota ASN, kami memberikan mereka kesempatan untuk mengembangkan karir secara prospektif.

Allianz Star Network (ASN) was launched in 2011 as a network of trained and integrated agents dedicated exclusively to facilitating our expansionary efforts. As part of Allianz Indonesia's growth strategy, the agents engage regularly in extensive trainings in class as well as through e-learning system, in order to keep abreast with the development of our products and services and provide superb service level to the customers.

Currently there are more than 17,000 registered agents under the ASN network. With the knowledge and skills developed as a member of ASN, we provide them with the opportunity to enhance their career in a prospective career path.



Beriman Sinaga - Business Director, Agen Allianz sejak 2005

Dalam hidup apapun bisa terjadi. Karena kebebasan finansial sangat berharga. Allianz Star Network menawarkan peluang model bisnis distribusi yang komprehensif, holistik, dan terbukti. Allianz Star Network sangat menarik bagi Anda yang menginginkan pendapatan tak terbatas untuk jangka panjang.

www.allianz.co.id/1saran

Allianz Indonesia Community

@AllianzId



With you from A-Z



Profesional Terbaik

Best People

Sumber Daya Manusia

Di Allianz Indonesia, kami percaya bahwa kesuksesan Perusahaan diawali dari Sumber Daya Manusia (SDM) yang terbaik.

Sebagai perusahaan penyedia asuransi yang mengedepankan kualitas layanan, kami selalu berusaha untuk membangun SDM yang memiliki keahlian, handal dan kompeten untuk mencapai tujuan-tujuan bisnis.

Dalam mengelola dan mengembangkan kualitas dan produktivitas SDM, Perusahaan menerapkan praktek-praktek terbaik dan standar yang telah diterapkan oleh Allianz Group, salah satunya adalah budaya kerja yang berorientasi pada kinerja tinggi.

Perusahaan juga melakukan berbagai pelatihan, menawarkan remunerasi yang menarik serta jenjang karir yang baik. Demikian juga dengan proses seleksi dan rekrutmen, dilakukan dengan efisien dan terstandar dengan baik. Mulai dari penyusunan kriteria dan kualifikasi calon karyawan hingga program orientasi karyawan baru.

Dalam mengevaluasi kompetensi dan kecocokan kandidat dengan budaya dan nilai-nilai Perusahaan, kami mengutamakan empat nilai inti yaitu integritas, saling menghormati, adil, serta peduli dengan sesama.

Kami juga menekankan nilai-nilai kerja yang positif, mengevaluasi dan membimbing karyawan. Juga memastikan peran dan tanggung jawab dari masing-masing karyawan, serta menempatkan karyawan pada posisi yang tepat, untuk memastikan kelangsungan usaha jangka panjang.

Kegiatan Sumber Daya Manusia di 2013

Untuk mencapai komunikasi yang efektif antara karyawan dan Manajemen, pada tahun 2013 Perusahaan meluncurkan *Human Resources Business Partner* (HRBP) sebagai jembatan bagi karyawan untuk mendapatkan berbagai informasi yang terkait dengan SDM maupun Manajemen.

Human Resources

At Allianz Indonesia, we believe that the Company's success starts with the best people.

As an insurance provider that always puts service quality above all else, we strive to build human resources with the expertise, reliability and competency needed to achieve business objectives.

In managing and developing human resources quality and productivity, the Company implements the best practices and standards already implemented by the Allianz Group, among others the high-performance oriented work culture.

The Company also provides various trainings, offering attractive remuneration and prospective career path. Likewise, the selection and recruitment process are done efficiently and well standardized. Starts from preparing the criteria and qualifications for prospective employees to new employee orientation program.

In evaluating the competence and suitability of a candidate with the culture and values of the Company, we emphasize on four core values, namely integrity, respect, fairness, and caring of each other.

We also promote positive work values, evaluating and providing guidance to employees. Also ensuring roles and responsibilities of each employee, as well as placing employees in the right position in order to ensure long-term business sustainability.

Human Resource Activities in 2013

To achieve effective communication between employees and the Management, in 2013 the Company launched the Human Resources Business Partner (HRBP) as a platform for employees for acquiring various information regarding HR and the Management.



Seperti di tahun-tahun sebelumnya, kami juga mengadakan *Allianz Engagement Survey*, untuk menilai keterlibatan karyawan dengan Perusahaan, bawahan, dan atasannya; serta mengidentifikasi keberhasilan dan hal-hal yang perlu ditingkatkan.

Kemudian pada tahun 2013 kami juga memperkenalkan *Success Factor*, yaitu sistem pengelolaan kinerja dan pengembangan kemampuan untuk memudahkan penentuan target dan pengelolaan kinerja karyawan sesuai standar Allianz Group. Ini merupakan bagian dari upaya kami untuk membangun budaya kerja yang berorientasi kepada kinerja dan peningkatan produktivitas.

Allianz Indonesia juga memperbarui dan mengembangkan sistem SDM yang akan mengubah model pengelolaan SDM jangka panjang. Program baru yang ditargetkan untuk diluncurkan pada tahun 2014 ini, akan mencakup *database online* dari seluruh karyawan maupun calon pegawai.

Dengan fitur-fitur seperti sistem manajemen karyawan bertalenta, pengajuan cuti secara *online*, serta manajemen kinerja karyawan secara *online*, maka sistem baru ini akan mempermudah dan meningkatkan efisiensi biaya dalam seluruh aspek pengelolaan SDM.

As in the previous years, we also held Allianz Engagement Survey to assess employee engagement with the Company, subordinates, and superiors; and to identify results and aspects that need to be improved.

Also in 2013 we introduced Success Factor, the performance management and capabilities development system that facilitates target setting and management of employee performance according to the standards from the Allianz Group. This was part of our efforts to build a work culture oriented to performance and productivity improvement.

Allianz Indonesia also renewed and developed our human resources system that in the long run, would alter the model of human resources management. The new program, to be launched in 2014, will include an online database of employees and prospective employees.

With such features as talented employee management, online leave application, as well as online employee performance management, this new system will simplify and improve cost efficiency in all aspects of HR management.



Allianz Indonesia Corporate University (AICU) The Pathway to Grow

Sejak diluncurkan pada 2007, Allianz Indonesia Corporate University (AICU) berperan penting dalam upaya kami untuk mengembangkan kompetensi karyawan. Pengembangan pengetahuan dan kemampuan para karyawan dilakukan oleh Allianz Management Academy (AMA), dengan menyelenggarakan berbagai kelas dan program mengenai kepemimpinan dan manajemen, komunikasi, kesehatan dan teknologi.

Secara teratur dan berkesinambungan para karyawan mengikuti berbagai pelatihan sesuai dengan tugas dan tanggung jawab masing-masing.

Diselenggarakan baik oleh AICU maupun oleh pihak ketiga, pelatihan-pelatihan ini bertujuan untuk mengembangkan pengetahuan mengenai produk, jasa, peraturan dan topik-topik penting lainnya termasuk pemahaman akan risiko, anti-money laundering, kode etik perilaku, pemasaran, kepemimpinan serta pelatihan khusus dan pengembangan kemampuan teknis dan non-teknis.

Berbeda dengan program-program *in-class* pada umumnya, program-program AICU mengutamakan komunikasi interaktif antara instruktur dan peserta. Kelas-kelasnya menggabungkan pengalaman sebenarnya sehingga lebih mudah dipahami, didukung oleh demonstrasi, diskusi kelompok dan latihan, serta pemecahan masalah dalam rangka mendorong *peer-to-peer learning*.

AICU juga menyediakan pelatihan bagi tenaga penjualan melalui Allianz Sales Academy (ASA), yang didukung oleh instruktur berkualitas dan media inovatif untuk meningkatkan proses pembelajaran.

Since it was launched in 2007, Allianz Indonesia Corporate University (AICU) has played an important role in our efforts to develop employee competencies. The development of knowledge and abilities of employees is implemented by Allianz Management Academy (AMA) through various classes and programs on leadership and management, communication, health and technology.

Regularly and continuously employees participate in trainings in accordance with their respective duties and responsibilities.

Organized by AICU as well as third parties, the trainings aim to develop knowledge pertaining to products, services, regulations and other important topics such as understanding risk, anti-money laundering, code of conduct, marketing, leadership as well as special trainings and development of technical and non-technical skills.

Unlike other in-class programs in general, AICU programs emphasize on interactive communication between the instructor and the participants. The classes incorporate real-life experience to facilitate comprehension, enhanced with demonstrations, group discussions and exercises, as well as problem solving in order to encourage peer-to-peer learning.

AICU also provides trainings for sales force through Allianz Sales Academy (ASA), which is supported by qualified instructors and innovative media to enhance learning process.

Di tahun 2013 Allianz Indonesia mengadakan berbagai pelatihan secara ekstensif – terdiri dari 5.761 dan 4.792 *man days* masing-masing untuk AMA dan ASA; serta diikuti oleh lebih dari 2.000 karyawan dari berbagai tingkat dan posisi.

Jelas bahwa AICU membantu mengembangkan sumber daya manusia yang berdedikasi dan loyal, sehingga mendukung Allianz Indonesia dalam memberikan pelayanan dengan standar tertinggi dan mempertahankan kelangsungan bisnis jangka panjang.

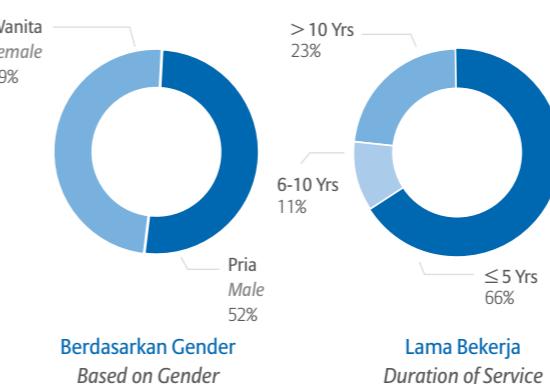
In 2013 Allianz Indonesia held trainings extensively, consisting of 5,761 and 4,792 man-days for AMA and ASA respectively; with more than 2,000 employees from various levels and positions participating.

Clearly, AICU helps the development of human resources that are dedicated and loyal, thus supporting Allianz Indonesia in providing services of the highest standards and in maintaining long-term business continuity.

Komposisi Karyawan Employee Composition

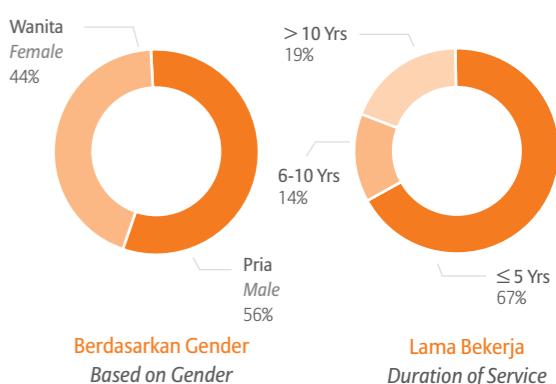
Allianz Life

	Q4 2013
Central Function	169
Sales & Distribution	202
Operation	488
Product Provider	25
Market Management	31
Total	915



Allianz Utama

	Q4 2013
Central Function	57
Sales & Distribution	169
Operation	95
Product Provider	48
Market Management	1
Total	370



Allianz Junior Football Camp

Employee Club

Sebagai sarana untuk merealisasikan aspirasi karyawan, Allianz Indonesia mendukung *employee club* yaitu Azli Club untuk Allianz Life dan Azindo Club untuk Allianz Utama.

Employee Club berfungsi sebagai media komunikasi antara karyawan dengan Manajemen, misalnya dalam penyampaian keluhan dan masukan dari karyawan untuk Perusahaan, serta penyampaian informasi dari Perusahaan kepada karyawan.

Secara berkala klub menyelenggarakan berbagai kegiatan yang tentunya didukung oleh Perusahaan dalam bentuk kontribusi dana. Beberapa diantaranya adalah olahraga (aerobik, basket, bulutangkis, futsal), hobi (memancing, fotografi, *billiard*), dan keagamaan. Kegiatan lainnya adalah Koperasi Karyawan Allianz Life dengan program-program antara lain program simpan pinjam.

Dengan adanya *employee club*, hubungan antara karyawan dengan Perusahaan tentunya menjadi lebih harmonis.



Employee Club

As a platform for realizing employees' aspirations, Allianz Indonesia supports Employee Clubs, namely Azli Club for Allianz Life and Azindo Club for Allianz Utama.

The Employee Clubs serve as a medium for communication between employees and the Management; for example for addressing complaints and feedback from employees to the Company and delivery of information from the Management to employees.

Periodically the Clubs organize various activities with full support from the Company in the form of financial contribution. These include sports (aerobics, basketball, badminton, futsal), hobbies (fishing, photography, billiards), and religious gatherings. Other activities include Allianz Life Employees Cooperative with such programs as savings and loans.

Indeed, the Employee Clubs ensure concordant relationship between the employees and the Company.



Remaja berusia 14-16 tahun mengikuti seleksi tahap kedua Allianz Junior Football Camp 2013 di Jakarta. Dari 500 orang yang mengikuti seleksi terpilih 12 orang untuk mendapatkan kesempatan berlatih sepak bola di camp Phuket dan Munich.

Foto diambil oleh Kristianto Purnomo, pemenang pertama Allianz Journalist Competition kategori foto.

Teenagers aged 14-16 years following the second stage of selection of Allianz Junior Football Camp 2013 in Jakarta. Of the 500 teens who followed the selection, 12 were chosen to get a chance to join football camp in Phuket and Munich.

Photo taken by Kristianto Purnomo, first Winner of Allianz Journalist Competition photo category.

Tanggung Jawab Sosial

Corporate Social Responsibility

Allianz Indonesia senantiasa berupaya untuk menyeimbangkan kepentingan bisnis dengan tanggung jawab sosial perusahaan, untuk mewujudkan lingkungan dan komunitas yang lebih baik.

Untuk itu Allianz Indonesia mendirikan Yayasan Allianz Peduli untuk memanfaatkan kemampuan dan pengetahuan yang kami miliki untuk memberikan manfaat kepada masyarakat dengan dukungan dan keterlibatan kuat dari karyawan, agen dan mitra bisnis di Indonesia.

Yayasan Allianz Peduli diresmikan di bulan Januari 2010 untuk mengelola program-program CSR di bidang pendidikan, kesehatan, lingkungan dan bantuan kemanusiaan.

Membangun Pengetahuan Keuangan Prasyarat Menuju Kesejahteraan BerkelaJalan

Dalam kegiatan CSR kami, pendidikan keuangan menempati prioritas utama, didasari oleh misi untuk meningkatkan pengetahuan keuangan – terutama di kalangan masyarakat yang berpendidikan dan berpenghasilan rendah. Misi tersebut didasari oleh keyakinan bahwa pengetahuan keuangan adalah salah satu cara untuk mencapai kesejahteraan ekonomi dan kebahagiaan jangka panjang.

Allianz Indonesia has always striven to strike a balance between business interests and corporate social responsibilities, in order to contribute to the improvement of the environment and community.

For this reason Allianz Indonesia founded Yayasan Allianz Peduli in order to capitalize on our capabilities and knowledge to contribute to society with the support and active participation of employees, agents and business partners in Indonesia.

Inaugurated in January 2010, Yayasan Allianz Peduli manages CSR programs in education, healthcare, environment and humanitarian relief.

Building Financial Literacy The Prerequisite to Sustainable Welfare

In our CSR programs, financial education is the top priority, centered on our mission to improve financial literacy – especially of the less educated, lower income people. The mission is driven by our belief that financial literacy is one of the few ways to achieve sustainable economic welfare and happiness.



Program-program tersebut diperuntukkan bagi dewasa dan remaja, mengingat bahwa pendidikan keuangan pada usia dini membentuk pola pengeluaran yang bertanggung jawab dan menanamkan kebiasaan menabung yang akan berlanjut seumur hidup.

Satu program penting dalam kampanye pendidikan keuangan Allianz Indonesia adalah My Finance Coach (MFC), yang memberikan inspirasi bagi anak-anak dan remaja mengenai topik-topik ekonomi dan meningkatkan kemampuan dalam pengelolaan keuangan.

MFC sendiri adalah sebuah inisiatif nirlaba melalui kemitraan antara Allianz Group, Grey dan McKinsey & Company. Di Indonesia sendiri MFC diluncurkan pada tahun 2011, hanya setahun setelah diperkenalkan di Jerman.

Pada tahun 2013 lebih dari 6000 siswa dari lebih dari 20 provinsi turut serta dalam program ini.

Bertepatan dengan Global Money Week Movement pada tanggal 10-17 Maret 2013 dan dalam rangka memperingati Hari Keuangan Anak Internasional, pada tanggal 16 Maret 2013 Allianz Indonesia melalui MFC mengadakan pelatihan dasar-dasar keuangan untuk 186 remaja kurang mampu di kawasan Mangga Dua, Jakarta.

The programs are provided to adults and young people, given that financial education at early age will certainly help develop responsible spending and ingrain saving habit that will last for a lifetime.

An important program in Allianz Indonesia's financial literacy campaign is My Finance Coach (MFC), which aims to inspire children and teenagers on economic topics and improve their skills in financial management.

MFC is a non-profit initiative through the partnership between Allianz Group, Grey and McKinsey & Company. In Indonesia, MFC was launched in 2011 – only a year after it was first introduced in Germany.

In 2013 more than 6000 students from more than 20 provinces took part in this program.

Coinciding with Global Money Week Movement on March 10-17, 2013 and to commemorate the International Child and Finance Day, on March 16, 2013, Allianz Indonesia through MFC held a financial basics workshop for 186 underprivileged teenagers around Mangga Dua district, Jakarta.



Masih dalam lingkup MFC, di akhir Desember 2013, Allianz Indonesia berpartisipasi dalam Forum Pelajar Indonesia ke-5 yang melibatkan 230 siswa dari 27 provinsi, untuk memberikan bimbingan mengenai menabung.

Sejak tahun 2012 kami telah melatih lebih dari 700 orang dari keluarga berpenghasilan rendah melalui program Adult Financial Literacy (AFL), bekerja sama dengan beberapa lembaga keuangan mikro.

Para peserta mempelajari dasar-dasar pengelolaan keuangan dan mengembangkan keterampilan dalam mengoptimalkan pendapatan dan pengeluaran secara bijaksana, serta belajar memilih produk keuangan sesuai kebutuhan mereka.

Pada tahun 2013 saja AFL melatih para karyawan lebih dari 20 Lembaga Keuangan Mikro (LKM), di antaranya Bank Sahabat Purba Danarta , BPR Nusa Bona Pasogit, BPR Dhasatra Artha Sempurna, Yayasan Bina Swadaya, BPR Ukabima Lestari, BPR Solider, dan Credit Union Bina Seroja.

Program pendidikan keuangan terus berlanjut, termasuk pada tanggal 13-14 Maret 2013, dengan melatih 40 wanita dari komunitas perempuan di Kebon Bawang, Jakarta Utara.

Para peserta belajar menyeimbangkan pendapatan dan pengeluaran rumah tangga, membiayai usaha kecil dengan menggunakan modal yang dimiliki, dan memanfaatkan utang secara benar tanpa terjebak gagal bayar yang berkepanjangan akibat kurangnya perencanaan keuangan (perangkap kemiskinan).

Komunitas Perempuan tersebut merupakan salah satu komunitas yang dikelola oleh Yayasan Sahabat Wanita, sebuah lembaga sosial yang didirikan oleh Putera Sampoerna Foundation yang bertujuan untuk memberdayakan wanita di Indonesia.

Kesuksesan program AFL memperoleh pengakuan dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK), serta ditunjuk untuk mendukung Gerakan Literasi Keuangan Nasional. Modul AFL direncanakan untuk diadaptasi ke program edukasi keuangan dalam Cetak Biru Literasi Keuangan Nasional OJK.

Still under the MFC, at the end of December 2013 Allianz Indonesia participated in the 5th Indonesian Students Forum that involved 230 students from 27 provinces, educating them on savings.

Since 2012 we have trained more than 700 people from low income families through Adult Financial Literacy (AFL) programs, collaborating with a number of micro-finance institutions.

The participants learn the basics in financial management and develop skills in optimizing their income and spending wisely, as well as learn to choose financial products according to their needs.

In 2013 alone, AFL trained more than 20 Micro Finance Institutions (MFI)'s employees, including Bank Sahabat Purba Danarta, BPR Nusa Bona Pasogit, BPR Dhasatra Artha Sempurna, Yayasan Bina Swadaya, BPR Ukabima Lestari, BPR Solider, and Bina Seroja Credit Union.

The financial literacy programs continued, includes on March 13-14, 2013, by training 40 women from a women's community in Kebon Bawang, North Jakarta.

The participants learned how to balance income and household expenses, how to finance a small business using owned capital, and how to make the best use of debt without getting entangled around a downward spiral that results from careless financial planning (poverty trap).

The women's community is one of the communities managed by Yayasan Sahabat Wanita a social institution established by Putera Sampoerna Foundation that aims to empower women in Indonesia.

The success of the AFL programs have been recognized by the Financial Services Authority (FSA), and appointed to support the National Financial Literacy Movement. AFL modules will be incorporated into the financial education programs of the FSA's National Blue Print of Financial Literacy.

Pada saat yang sama, selama tahun 2013 kami juga menyelenggarakan program-program berikut:

Lingkungan

Menanam pohon di berbagai lokasi untuk mengurangi pemanasan global, termasuk lebih dari 1000 pohon di Desa Sarongge di sekitar kawasan Taman Nasional Gunung Gede Pangrango.

Mendorong penggunaan tempat minum yang dapat digunakan kembali di gedung Allianz Tower untuk mengurangi penggunaan botol plastik.

Kesehatan

Donor darah (empat kali setahun) bersama dengan Palang Merah Indonesia. Para peserta termasuk karyawan, mitra bisnis dan masyarakat umum, berhasil mengumpulkan lebih dari 2000 tahan kantong darah setiap tahun.

Dukungan CSR bagi lebih dari 60 kader kesehatan BTPN (Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur). Mendukung Allianz Jakarta Heart Run Jakarta sejak tahun 2012, bersama dengan Yayasan Jantung Indonesia.

Kemanusiaan

- Tanggap Bencana dengan membantu para korban banjir, tsunami dan gempa bumi di Aceh, Nias, Jakarta, Yogyakarta, Padang dan lokasi-lokasi lain.
- Melatih 1000 siswa dalam program Pengurangan Risiko Bencana.
- Mengintegrasikan program Pengurangan Risiko Bencana ke program lain seperti Mobil Perpustakaan Keliling di Yogyakarta.

Pendidikan

- Memberikan beasiswa bagi siswa berpenghasilan rendah.
- Bekerja sama dengan Yayasan Prakarsa Hijau untuk mensinergikan program pendidikan keuangan dengan lingkungan bagi penduduk Desa Sarongge, Cianjur, Jawa Barat.

Education

- Providing scholarship for low income students.
- Working together with Green Initiative Foundation (GIF) to synergize financial education program with the environment for the locals at Sarongge Village, Cianjur, West Java.

Simultaneously, in 2013 we also engaged in the following programs:

Environment

- Planting trees in various locations to reduce the rate of global warming, including more than 1000 trees in Sarongge Village around Mount Gede Pangrango National Park.*
- Promoting the use of reusable drinking container around Allianz Tower building in order to reduce the usage of plastic bottles.*

Health

- Blood drive (four times a year) with the Indonesian Red Cross. The participants including employees, business partners and the general public manage to collect more than 2000 blood packs every year.*
- CSR support for more than 60 health cadre of BTPN (West Java, Central Java, East Java).*
- Held Allianz Jakarta Heart Run since 2012, together with Yayasan Jantung Indonesia*

Humanity

- Disaster Response by helping the victims of flood, tsunami and earthquake in Aceh, Nias, Jakarta, Yogyakarta, Padang and other places.*
- Training 1000 students in Disaster Risk Reduction program.*
- Integrating Disaster Relief Reduction program with other programs such as Mobile Library in Yogyakarta.*

Adult Financial Literacy



Allianz Indonesia aktif memberikan pelatihan keuangan kepada komunitas dan keluarga pra-sejahtera untuk dapat mengatur dan mengelola keuangan dengan cara yang sederhana dan mudah dimengerti. Hingga saat ini, sudah lebih dari 700 orang mengikuti program Adult Financial Literacy (AFL).

Allianz Indonesia actively provides financial training to underprivileged communities and families in order to facilitate them in organizing and managing their finances in a way that is simple and easy to understand. To date, more than 700 people have participated in the Adult Financial Literacy (AFL) program.

Gedung Universitas Sutomo Lt. 2 Jl. Sutomo Ujung No 28 Medan Medan 20235 Telp. 061 6635335 Fax. 061 6635331	Pangkalanbu Jl. Pangeran Antasari No.1A RT.2 Kel Mendawai, Kotawaringin Barat (depan Hotel Tiara) Pangkalanbu 74115 Telp. 0532 25076 Fax. 0532 25076	Jl. Poros KM.1 (depan Stadion Aji Imbut) Kec. Tenggarong Seberang Tenggarong, Samarinda 75515 Telp. 0541 662481 Fax. 0541 662481	Surabaya Gedung Graha Pacific Jl. Basuki Rahmat 87 - 91 Surabaya 60971 Telp. 031 5472277 Fax. 031 5474848
Jl. Pangeran Diponegoro No. 18 Medan 20152 Telp. 061 4514184 Fax. 061 4513905	Pekanbaru Komplek Taman Malibu Blok D No. 2 Telp. 061 4513905	Jl. Kartini No. 44 Tanah Grogot Paser Samarinda 76211 Telp. 0543 23998 Fax. 0543 23998	Tangerang Jl. Raya Serpong No. 88 Priang, Pondok Jagung Serpong, Tangerang 15326 Telp. 021 5371069 / 53150514 Fax. 021 531568 888
Jl. Sriwijaya No 22 Pematang Siantar Sumatera Utara Telp. 062 221390	Jl. Soekarno Hatta Pekanbaru Telp. 0761 39219 Fax. 0761 39221	Jl. A. Yani No. 2A RT. 7 (depan Restoran Chi-Chi) Kel. Sungai Pinang Dalam Samarinda, Kalimantan Timur Telp. 0541 733956 Fax. 021 29239718	Ruko Business Park Tangerang City (TangCity) Blok B 23 Jl. Jend Sudirman No 1 Tangerang 15117 Telp. 021 29239718 Fax. 021 29239719
Taman Setia Budi Indah 1 Jl. Cactus Raya Setia Budi Square No.9 Tanjung Sari, Medan Selayang Medan Telp. 061 8225600	Jl. Riau Komplek RBC Blok C No. 15 Air Hitam, Payung Sekaki Pekanbaru 28143 Telp. 0761 860792 Fax. 0761 860793	Jl. Yos Sudarso II Thomas Square Blok C No. 03 Kutai Timur, Sangatta 75611 Telp. 0813 50059840	Tanjung Pinang Jl. Ir. Juanda No 10-11 (Jl. Pancur) Tanjung Pinang Telp. 0771 313899 Fax. 0771 312277
Jl. Orion No.59 Petisah Tengah Medan Petisah Medan Telp. 061 4575125 Fax. 061 4538485	Pontianak Komplek Ruko Mega Mall Blok G No. 18 Jl. A'Yani 1 Pontianak 78121 Telp. 0561 761167 Fax. 0561 737467	Sampit Jl. D. I. Panjaitan No. 66 MB Hulu Pontianak 78121 Telp. 0561 761167 Fax. 0561 737467	Tarakan Komplek THM Blok E No. 2 Kel. Karangbalik, Kec. Tarakan Barat Tarakan 77134 Telp. 0551 51898 Fax. 0551 51898
Merauke Jl. Garuda Spadem No.10 Telp. 0971 322088 Fax. 0971 322088	Probolinggo Ruko Baru Jl. Brigjen Katamso No. 2 Kec. Mayangan Probolinggo 67217 Telp. 0335 425637 Fax. 0335 425638	Semarang Mal Ciputra Ruko 12A Semarang 50134 Telp. 024 8415639 Fax. 024 8415637	Yogyakarta Ruko Gading Fajar 2 Blok B6/9 RT.40 RW.10 Sidoarjo 61271 Telp. 031 8941975 Fax. 031 8941975
Padang Jl. Batang Anai No.2 Padang 25112 Telp. 0751 4488752 Fax. 0751 7054029	Purwakarta Jl. Mr. Dr. Kusumaatmaja No. 5 Gedung Rangkiang Padang Telp. 0751 4488780 Fax. 0751 4488779	Sidoarjo Ruko Gading Fajar 2 Blok B6/9 RT.40 RW.10 Sidoarjo 61271 Telp. 031 8941975 Fax. 031 8941975	Singaraja Jl. Kenari No. 53 Miliran, Mujamuju Yogyakarta Telp. 0274 541977 Fax. 0274 541977
Palangkaraya Jl. Dahlia Gerbang PCPR I Blok I D (Sebelah Gedung Wanita) Palangkaraya Telp. 0536 3225945	Salatiga Jl. Pemuda No. 13 Salatiga Telp. 0298 329460 Fax. 0298 326180	Solo Jl. Honggowongso No. 99 B Solo 57141 Telp. 0271 724949	Surabaya Jl. Jend. Sudirman 59 Lantai 3 Yogyakarta Telp. 0274 9695225
Palembang Jl. Kapten A. Rivai No.47/25 Palembang Telp. 0711 36647 Radial 24 Ilir	Samarinda Ruko Pondok Alam Indah No.10 Jl. A. W. Syahrani RT.24 Samarinda Telp. 0541 765800 Fax. 0541 743129	Sumedang Jl. Am Sangaji No. 38C Kel. Temindung, Samarinda Telp. 0543 747747	Jayapura Jl. Kutamaya Center Ruko D RT. 01 RW. 13 Kel. Kota Kulon Kec. SUmedang Selatan 45312 Telp. 0261 202218 Fax. 0261 202218
Jl. Radial No. 20 A, Kel. 24 Ilir Palembang 30134 Telp. 0711 365200 Fax. 0711 365282			

PT Asuransi Allianz Utama Indonesia

Allianz Center & Branch Offices

Marketing Offices

Jakarta Allianz Tower Jl. HR Rasuna Said Kawasan Kuningan Persada Super Blok 2 Telp. 021 29268888 Fax. 021 5367 0871 Fax. 021 29269090	Jakarta Graha Kencana Lt 7 Jl. Raya Perjuangan No. 88 Kebon Jeruk, Jakarta Barat Super Blok 2 Telp. 021 5367 0870 Fax. 021 5367 0871 Jl. Boulevard Timur Ruko Gading Park View Blok ZC 1 No.30 Jl. Gatot Subroto No. 2 Bandung 40262 Telp. 022 7308899 Fax. 022 7300799	Jember Jl. KH Ahmad Sidiq No. 83-85 Jember Telp. 031 482214 Fax. 031 429660	Karawang Kompleks Pertokoan Galuh Mas No. A6 Karawang Barat 41361 Telp. 0267 419079 Fax. 0267 416079
Bandung Wisma CIMB Niaga Lt 7 1 No.30 Jl. Gatot Subroto No. 2 Bandung 40262 Telp. 022 7308899 Fax. 022 7300799	Denpasar JEFF Building Jl. Raya Puputan No. 488 Denpasar 80226 Telp. 0361 239788 Fax. 0361 226223,32	Balikpapan Komp. Mall Fantasi Balikpapan Baru Blok AA-2A/7 Balikpapan Selatan Business Center Ruko Diamond No.5, Jl. AP Pettarani Makassar Telp. 0411 450509, 11 Fax. 0411 450 339	Malang Ruko De Mansion Blok A No.1 Alam Sutra, BSD Tangerang
Manado Jl. Pierre Tendean Boulevard Komp. Ruko Mega Smart Blok 6 No. 19 Manado Telp. 0431 8881300 Fax. 0431 8881197	Yogyakarta Ruko YAP Square Blok B No. 20 Terban, Yogyakarta Telp. 0274 542007/008 Fax. 0274 541976	Bekasi Ruko Kalimas Jl. Chairil Anwar B17 Bekasi timur Telp. 021 8814920 Fax. 021 8814903	Padang Jl. Batang Anai No.4 A Padang Telp. 0751 4488750
Palembang Gedung Wisma Bill, 8th Fl Jl. Diponegoro NO. 18 Medan 20152 Telp. 061 4510062 Fax. 061 4510063	Bogor Jl. Sudirman No. 15B Bogor Telp. 0251 8330555 Fax. 0251 8330555	Cirebon Ruko Pemuda Mas Blok A Kav A-5 Jl. Pemuda No. 150 Semarang 50132 Telp. 024 3556201 Fax. 024 3561741	Pekanbaru Jl. Jend Sudirman No. 40 Pelita Pantai Pekanbaru Telp. 0761 849011
Palembang Jl. Kapten Rifai No. 47 Rt 03/02 Ilir Barat I Palembang Telp. 0711 360037/375469 Fax. 0711 375585	Surabaya Graha Pasifik Lt. 1-2 Jl. Basuki Rachmat 87-91 Surabaya Telp. 031 5357997 Fax. 031 54600361	Jayapura Komp. Ruko Pasifik Permai Blok H-9 Dok II Jayapura 99112 Telp. 0967 523888 Fax. 0967 524360	Purwokerto Komplek Ruko Purwokerto City Walk No.B-11, Jl. HR Bunyamin Purwokerto Utara, Banyumas Telp.0281 628876 Fax. 0281 635734

