

LAPORAN KEBERKELANJUTAN
PT ASURANSI JIWA GENERALI INDONESIA

Generali Tower 7th Floor

Gran Rubina Business Park

Kawasan Rasuna Epicentrum

JL. HR. Rasuna Said Kavling C-22, Jakarta 12940

Jakarta, 31 Mei 2022



R. Arry Bagoes Wibowo

Direktur

Daftar Isi

Latar Belakang.....	2
Ikhtisar Aspek Keberlanjutan	3
Profil Singkat Generali Indonesia.....	4
Penjelasan Direksi.....	8
Tata Kelola Keberlanjutan.....	10
Kinerja Keberlanjutan	12

BAB I

RINGKASAN EKSEKUTIF

1. LATAR BELAKANG

Dalam mengembangkan usahanya PT Asuransi Jiwa Generali Indonesia (selanjutnya akan disebut Generali Indonesia) memfokuskan diri pada kanal multidistribusi melalui produk-produk yang inovatif dengan tujuan menjadi *Lifetime Partner* bagi para nasabah.

Generali Indonesia dalam menjalankan usahanya di Indonesia selalu berpegang teguh pada nilai-nilai utama yaitu :

1. *Be Open*
2. *Value Our People*
3. *Live The Community*
4. *Deliver on The Promise*

Dalam hal Rencana Aksi Keuangan Keberlanjutan, Generali Indonesia ingin menekankan pada nilai *Live The Community* yang berarti dalam menjalankan usahanya di Indonesia Generali tidak melupakan dan juga yakin bahwa atas usaha yang dijalankan, serta semua aktifitas dalam memperkenalkan merk Generali lebih luas lagi ke khalayak umum harus dibangun berdasarkan kekuatan dari masyarakat atau pasar itu sendiri dan Generali selalu memposisikan dirinya bahwa untuk setiap pasar dimana Generali beroperasi menganggap bahwa pasar tersebut adalah masyarakat dan rumah kita sendiri (*live the community*). Maka dari itu, Generali Indonesia merasa perlu bertanggung jawab, mendukung dan membentuk masyarakat agar tetap maju.

Dukungan terhadap masyarakat tersebut dianggap sangat perlu dimana dalam setiap tahapan proses pengembangan ekonomi. Generali Indonesia mengedepankan keselarasan pada aspek ekonomi, sosial dan lingkungan hidup guna meminimalisir residu seperti kesenjangan sosial atau adanya penurunan kualitas hidup dengan segala implikasinya.

Sebagai bentuk komitmen Generali Indonesia dalam mengedepankan nilai *Live the Community*, Generali Indonesia telah meluncurkan platform digital *Akuberbagi.com* sebagai bentuk dukungan dan manifestasi terhadap keuangan berkelanjutan. Dengan *akuberbagi.com* Generali Indonesia menawarkan perlindungan melalui *micro-insurance* yang disisi lain juga bertujuan untuk meningkatkan inklusi keuangan. Produk Aku Berbagi yang dijual di *akuberbagi.com* merupakan sebuah produk yang diciptakan dengan konsep *Sharing Insurance* yang disertai dengan fitur wakaf dan donasi. Distribusi dari hasil wakaf yang dikumpulkan dari pembelian produk tersebut salah satunya akan disalurkan untuk pembangunan sarana air bersih di daerah-daerah yang membutuhkan, seperti yang sudah dilakukan di Desa Desa Cupang, Kecamatan Gempol, Kabupaten Cirebon, Jawa Barat. Di desa-desa tersebut telah dibangun sarana air bersih yang disalurkan melalui instalasi pipa dari sumber mata air dan fasilitas MCK (mandi, cuci, kakus) yang dibangun dari wakaf manfaat asuransi yang sebagian diperoleh dari wakaf manfaat Akuberbagi.

Kami percaya bahwa hal ini menjadi salah satu titik tumpu dalam pengembangan keuangan keberlanjutan dimana dengan menggunakan produk asuransi sebagai faktor pengungkit, orang bisa melakukan wakaf atau donasi dengan jumlah yang relatif lebih besar dan di sisi lain dengan bekerja sama dengan pihak terkait untuk dikelola di sektor perkebunan sebagai

wakaf produktif yang nantinya bisa memperbaiki taraf kehidupan para petani dan meningkatkan jumlah suplai produksi perkebunan seperti buah-buahan atau sayuran.

Dalam menjalankan aksi keuangan keberlanjutan ini, Generali Indonesia bekerja sama dengan berbagai pihak, terutama lembaga pengelola wakaf terdaftar (Nazir) dan yayasan yang resmi dan terdaftar, yang akan bertugas untuk menyalurkan dan mengembangkan program-program aksi keuangan keberlanjutan Generali Indonesia termasuk penyaluran wakaf dan donasi untuk keperluan pengembangan lingkungan hidup.

Generali Indonesia membagi 3 (tiga) tahapan dalam pengembangan program Aku Berbagi. Tahapan awal adalah tahapan penyiapan produk dan platform digital yang dilaksanakan di tahun 2019. Sedangkan tahapan kedua adalah tahapan implementasi dimana Generali Indonesia akan mengajak dan memperkenalkan produk ini kepada masyarakat Indonesia, tahapan tersebut dilaksanakan mulai tahun 2020. Setelah itu, tahap ketiga yaitu tahap ekspansi tahun 2021-2024 dimana diharapkan program Aku Berbagi ini dapat membantu pertumbuhan Generali Indonesia.

Platform digital dipilih sebagai sarana utama dalam memperkenalkan produk Aku Berbagi, selain karena digitalisasi memiliki keunggulan dalam hal distribusi yang dapat dijangkau oleh banyak orang di seuruh Indonesia dibandingkan dengan metode distribusi tradisional seperti keagenan atau kemitraan.

2. IKHTISAR ASPEK KEBERLANJUTAN

a. Aspek Ekonomi

Deskripsi	2019	2020	2021
Kuantitas produksi atau jasa yang dijual	79.720 polis	76.844 polis	95.607 polis
Pendapatan atau penjualan*	Rp 2.420.280	Rp 2.324.811	Rp 2.356.575
Laba atau rugi bersih*	Rp 122.220	Rp 183.211	Rp 50.163
Produk ramah lingkungan	NA	NA	NA
Perlibatan pihak local yang berkaitan dengan proses bisnis Keuangan Berkelanjutan	NA	NA	NA

*dalam jutaan Rupiah

b. Aspek Lingkungan Hidup

Deskripsi	2019	2020	2021
Penggunaan Listrik (Rp.)	1.950.362.308	1.550.255.560	1.267.978.340
Penggunaan Kertas	2.400 Rim	2.400 Rim	250 Rim
Penggunaan air*	Free	Free	Free

*Tidak ada biaya penggunaan air sehubungan dari building management tidak membebankan biaya air ke tenant

c. Aspek Sosial

Program Keuangan Berkelanjutan yang dijalankan oleh Generali Indonesia melalui program Aku Berbagi telah memberikan dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan antara lain:

- Meningkatkan literasi wakaf yang basisnya adalah asuransi jiwa syariah, sehingga secara otomatis juga meningkatkan literasi asuransi dan literasi wakaf
- Menjembatani semua orang dari berbagai lapisan ekonomi untuk berbagi kebaikan dan lebih peduli terhadap lingkungannya. Dengan Aku Berbagi, semua orang bisa memulai berwakaf mulai dari jumlah yang tidak besar dan bisa memberikan sebagian manfaat asuransinya dalam bentuk wakaf atau donasi. Dalam menjalankan aksi keuangan keberlanjutan ini, Generali Indonesia bekerja sama dengan berbagai pihak, terutama lembaga pengelola wakaf terdaftar (Nazir) dan Yayasan yang akan bertugas untuk menyalurkan dan mengembangkan program-program aksi keuangan keberlanjutan Generali Indonesia termasuk penyaluran wakaf dan donasi untuk keperluan pengembangan lingkungan hidup.

3. PROFIL SINGKAT GENERALI INDONESIA

a. Visi, Misi, dan Nilai Keberlanjutan

- **Visi Generali Indonesia**

Tujuan Generali Indonesia untuk menjadi *Life Time Partner* bagi para nasabah sejalan dengan visi yang dijalankan oleh perusahaan yaitu **“Enable people to shape a safer future by caring for their lives and dreams”**. Di dunia yang semakin kompleks, kemampuan Generali Indonesia untuk membantu dan menolong orang-orang dengan menawarkan solusi yang inovatif dan sesuai kebutuhan, agar mereka dapat mengambil keputusan serta membentuk masa depan yang lebih aman bagi diri sendiri, orang-orang yang mereka sayangi, bisnis dan masyarakat mereka. Visi ini merupakan visi yang dijalankan oleh Generali Indonesia baik dalam kegiatan usaha sehari-hari ataupun dalam rangka menerapkan Aksi Keuangan Berkelanjutan.

- **Misi Generali Indonesia**

Misi Generali Indonesia adalah: **“Our mission is to be the first choice by delivering relevant and accesible insurance solutions”**.

- **First Choice:** Beraksi logis dan masuk akal dengan menyadari yang mana yang merupakan penawaran terbaik di pasar berdasarkan manfaat dan keuntungan yang jelas.
- **Delivering:** Kami memastikan bahwa kami terus-menerus mengupayakan pencapaian yang lebih tinggi untuk memberikan pelayanan terbaik
- **Relevant:** Mengantisipasi atau memenuhi kebutuhan atau peluang benar-benar nyata, disesuaikan dengan kebutuhan dan kebiasaan lokal, dan dianggap berharga berharga.
- **Accessible:** Sederhana dan mudah untuk ditemukan serta dimanfaatkan, selalu tersedia, dengan harga yang terjangkau.
- **Insurance Solutions:** Kami bertujuan untuk menawarkan dan menyesuaikan kombinasi cerdas antara perlindungan, arahan, dan pelayanan.

- **Nilai-Nilai Generali Indonesia**

- **Deliver on the promise**

Generali Indonesia mengikat perjanjian berbasis rasa saling percaya jangka panjang dengan orang-orang yang bekerja untuk Generali Indonesia, para nasabah, dan pihak pemangku kepentingan; segala hal yang Generali Indonesia kerjakan selalu bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup nasabah-nasabah Generali Indonesia.

Generali Indonesia berkomitmen dengan disiplin dan integritas untuk menepati janji ini seumur hidup dan memberikan dampak yang baik dalam relasi jangka panjang tersebut.

- **Value our people**

Generali Indonesia menghargai orang-orang yang bekerja untuk Generali Indonesia, mendukung keberagaman, dan berinvestasi dalam pembelajaran dan pengembangan diri mereka dengan menciptakan lingkungan kerja yang transparan, kohesif, dan terbuka.

Dengan mengembangkan sumber daya manusia Generali Indonesia, Generali Indonesia yakin bahwa Generali Indonesia dapat memastikan adanya masa depan yang baik bagi Generali Indonesia.

- **Live the community**

Generali Indonesia bangga menjadi bagian dari sebuah perusahaan global dengan relasi yang kuat, berkelanjutan, dan jangka panjang dalam setiap pasar di mana Generali Indonesia beroperasi. Pasar adalah rumah bagi Generali Indonesia.

- **Be open**

Generali Indonesia memiliki rasa keingintahuan yang besar, mudah dijangkau, dan memberdayakan orang-orang dengan pola pikir yang terbuka dan beragam dan memiliki kemauan untuk melihat dari perspektif yang berbeda.

b. Kantor Generali Indonesia

Kantor Pusat	
Nama Perusahaan	PT Asuransi Jiwa Generali Indonesia
Alamat Lengkap	Generali Tower Lantai 7, Gran Rubina Business Park, Kawasan Rasuna Epicentrum. Jl. HR Rasuna Said Kavling C-22, Jakarta, Indonesia
Nomor Telepon	+62 21 2996 3700
Nomor Faksimili	+62 21 2902 1616
Situs Web	www.generali.co.id

Kantor Cabang	
Generali Center Surabaya	Intiland Tower, 3 rd Floor Jl. Panglima Sudirman No 101-103, Surabaya, 60271
Generali Center Medan	Uniland Building East Tower, 4 th Floor Jl. MT Haryono No. 1A Medan

c. Skala Usaha

- Total Aset atau Kapitalisasi Aset, dan Total Kewajiban (dalam jutaan rupiah)

No	Deskripsi	Tahun 2021
1	Total Aset	Rp. 7.322.006
2	Total Kewajiban	Rp. 5.757.070

- Jumlah Karyawan

No	Deskripsi	Jumlah Karyawan 2021
1	Jenis kelamin	
	a. Laki-laki	210
	b. Perempuan	176
2	Jabatan	
	CEO	1
	CEO-1	13
	CEO-2	63
	CEO-3 & below	309
3	Usia	
	>55	1
	45<= 55	40
	35 <= 44	161
	<34	184
4	Pendidikan	
	a. Pasca Sarjana	45
	b. Sarjana	299
	c. Diploma	42
5	Status Ketenagakerjaan	
	a. Pegawai tetap	381
	b. Pegawai Kontrak	5
	c. Outsource	119
	d. Trainee	13

- Persentase Kepemilikan Saham (publik dan pemerintah)

No	Deskripsi	Kepemilikan Saham	
		Rupiah	Persentase
1	Generali Asia N.V	Rp. 1.080.900.000.000	98%
2	PT Puncak Nusantara	Rp. 22.100.000.000	2%

- Wilayah Operasional

No	Jenis Kantor	Kantor Domisili	Jumlah Kantor Tahun 2021
1	Kantor Pusat	DKI Jakarta	1
2	Kantor Cabang	Surabaya dan Medan	2
	Kantor Agen	Balikpapan, Bandung, Banjarmasin, Batam, Bengkulu, Binjai, Cianjur, Cirebon, Denpasar, Dumai, Jakarta, Jambi, Jayapura, Jember, Kediri, Kudus, Kupang, Lampung, Langsa, Lombok, Magelang, Makassar, Malang, Manado, Medan, Merauke, Mojokerto,	104

No	Jenis Kantor	Kantor Domisili	Jumlah Kantor Tahun 2021
		Palangkaraya, Palembang, Pekalongan, Pekanbaru, Pematang Siantar, Pontianak, Samarinda, Semarang, Sidoarjo, Solo, Sumbawa, Surabaya, Tangerang, Tasikmalaya, Yogyakarta	

d. Penjelasan Singkat Mengenai Produk, Layanan, dan Kegiatan Usaha Yang Dijalankan

Generali Indonesia menyediakan berbagai produk asuransi termasuk asuransi berprinsip syariah, meliputi asuransi jiwa, asuransi kesehatan, asuransi kecelakaan diri, asuransi investasi, program kesejahteraan karyawan, dan program Dana Pensiun (DPLK). Dalam mengembangkan usahanya Generali Indonesia memasarkan produk-produknya melalui jalur distribusi keagenan, *bancassurance*, *corporate solutions (pension & employee benefits)*, dan digital. Sepanjang 2021, Generali Indonesia telah meluncurkan beberapa produk dan solusi perlindungan untuk memenuhi kebutuhan nasabah yang semakin berkembang. Di bawah ini produk Generali Indonesia yang diluncurkan selama tahun 2021:

No	Nama Produk	Jenis Produk	Jalur Distribusi	Tanggal Peluncuran
1.	EC+ Syariah & Plan Bronze	<i>Rider</i>	Agency	11 Januari 2021
2.	Cemerlang SumUt	<i>Term Life ROP</i>	<i>Bancassurance</i>	01 Februari 2021
3.	Banua Proteksi	<i>Term Life ROP</i>	<i>Bancassurance</i>	26 Mei 2021
4.	Cemerlang Scholar	Term Life ROP	Agency	05 Juni 2021
5.	iMATERNA	<i>Term Life – Single Premium</i>	<i>Bancassurance</i>	30 Juli 2021
6.	AMORE	<i>Term Life ROP</i>	<i>Badan Usaha Selain Bank</i>	10 Agustus 2021
7.	BeSMART Link	<i>RPUL</i>	<i>Agency</i>	16 Desember 2021
8.	BeSMART Link Syariah	<i>RPUL Syariah</i>	<i>Agency</i>	16 Desember 2021
9.	Generali Medical Solution	<i>Rider</i>	<i>Agency</i>	16 Desember 2021

e. Keanggotaan Pada Asosiasi

No	Nama Asosiasi
1	Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI)
2	Asosiasi Asuransi Syariah Indonesia (AASI)
3	LAPS Sektor Jasa Keuangan

f. Perubahan Perusahaan Yang Bersifat Signifikan

No	Deskripsi	Tahun 2021
1	Penutupan Kantor Cabang	Tidak ada
2	Pembukaan Kantor Cabang	Tidak ada
3	Struktur Kepemilikan	Tidak ada perubahan struktur kepemilikan yang bersifat signifikan

4. PENJELASAN DIREKSI

a. Kebijakan

Kebijakan Keberlanjutan Generali Indonesia dituangkan dalam Rencana Aksi Keuangan Berkelanjutan ("RAKB") yang menjelaskan secara rinci dan komprehensif baik strategi maupun sasaran sehingga tujuan dari keberlanjutan dapat tercapai. Dalam proses penyusunan RAKB, Generali Indonesia berpedoman pada Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 51/POJK.03/2017 tentang Penerapan Keuangan Berkelanjutan Bagi Lembaga Jasa Keuangan, Emiten dan Perusahaan Publik (POJK 51/2017").

Nilai Keberlanjutan Generali Indonesia sejalan dengan visi Generali Indonesia yakni untuk membantu masyarakat dalam hal membangun masa depan yang lebih baik, baik dalam hal ekonomi maupun lingkungan hidup dengan mempertimbangkan sejumlah faktor, baik faktor eksternal maupun faktor internal seperti kondisi pasar, keuangan, kapasitas teknis dan kapasitas organisasi.

Tujuan Generali Indonesia untuk menjadi *Life Time Partner* bagi para nasabah sejalan dengan visi yang dijalankan oleh perusahaan yaitu "**Enable people to shape a safer future by caring for their lives and dreams**". Visi ini merupakan visi yang dijalankan oleh Generali Indonesia baik dalam kegiatan usaha sehari-hari ataupun dalam rangka menerapkan Aksi Keuangan Berkelanjutan,

Tujuan Aksi Keuangan Berkelanjutan Generali Indonesia adalah "**Menjadi Jembatan Yang Memudahkan Masyarakat Untuk Berbagi dan Berkontribusi Melalui Teknologi dan Inovasi Produk Asuransi**". Tujuan ini akan dilaksanakan melalui beberapa tahapan, yaitu tahapan fondasi, tahapan implementasi dan tahapan ekspansi.

Berdasarkan arahan dari manajemen, strategi keberlanjutan pada RAKB Generali Indonesia akan berfokus pada pengembangan produk yang mampu memiliki dampak pada Keuangan Berkelanjutan dengan dibagi menjadi 3 fase utama yang dimulai pada tahun 2019, yaitu fase persiapan pembangunan infrastruktur pendukung seperti tim, produk dan platform, dan fase berikutnya adalah fase distribusi produk ke pasar yang akan diiringi dengan aktifitas-aktifitas sesuai kategori kegiatan usaha berkelanjutan serta yang terakhir adalah fase ekspansi untuk memperluas manfaat yang diberikan ke lingkungan dan masyarakat hingga tahun 2025.

Pimpinan Generali Indonesia berkomitmen penuh terhadap pencapaian penerapan Keuangan Berkelanjutan, dimana penerapan Keuangan Berkelanjutan tersebut sudah sejalan dengan visi, misi, dan nilai-nilai perusahaan,

b. Penerapan Keuangan Berkelanjutan

Generali Indonesia telah menerapkan dan merealisasikan Keuangan Berkelanjutan sesuai dengan RAKB yang telah disampaikan perusahaan ke Otoritas Jasa Keuangan ("OJK"), sebagaimana dapat dilihat dalam tabel di bawah ini:

No	Uraian Kegiatan	Uraian Pelaksanaan
1	Sosialisasi Internal dan Eksternal	Pada tahun 2021, terdapat sosialisasi baik secara internal dan eksternal untuk mempromosikan produk Aku Berbagi melalui media sosial, website, <i>whatsapp blast</i> dan <i>email blast</i> ke nasabah dan karyawan
2	Menjalin kerja sama dengan partner untuk menyalurkan donasi Aku Berbagi	Pada tahun 2021, Generali Indonesia telah bekerja sama dengan berbagai partner seperti HOPE <i>worldwide</i> Indonesia, Yayasan Kanker Anak Indonesia, Dompot Dhuafa, Daarut Tauhid, SOS Children Village, Yayasan Habitat Kemanusiaan, Wakaf Salman untuk menyalurkan donasi Aku Berbagi
3	Pengembangan Platform <i>akuberbagi.com</i>	Pada tahun 2021, tim Aku Berbagi terus mengembangkan platform <i>akuberbagi.com</i> untuk meningkatkan <i>traffic website</i> . Di akhir Desember 2020, tim Aku Berbagi telah berhasil menarik 2.116 donatur dan aplikasi <i>akuberbagi.com</i> telah di <i>download</i> oleh 439 <i>downloader</i> .
4	Pelaksanaan Edukasi Internal	Memberikan pelatihan/ sertifikasi pengelolaan wakaf dengan tujuan untuk memperkaya pemahaman pegawai terhadap industri perwakafan dan memberikan pelatihan mengenai digital marketing
5	Roadshow ke lembaga pengelola Wakaf dan Donasi untuk pemenuhan syarat POJK 51/2017	Setiap minggu tim Aku Berbagi melakukan pertemuan dengan mitra kerja dalam bentuk webinar ataupun meeting bersama untuk membahas program maupun kerja sama yang ingin dilaksanakan

Di samping pencapaian dan prestasi yang diterima, Generali Indonesia juga menghadapi tantangan dalam pelaksanaan realisasi Keuangan Berkelanjutan, antara lain:

1. Literasi masyarakat Indonesia alas asuransi dan wakaf masih tergolong rendah, sehingga memerlukan penjelasan tambahan kepada masyarakat tentang asuransi, wakaf, maupun program Aku Berbagi itu sendiri.
2. Pengembangan sistem yang harus adaptif dengan kebutuhan masyarakat, sehingga membutuhkan investasi yang cukup besar.

c. Strategi Pencapaian Target

Generali Indonesia dalam mencapai target kinerja penerapan keuangan berkelanjutan memperhatikan berbagai risiko terkait aspek ekonomi, sosial, dan

lingkungan hidup. Untuk mencapai hal tersebut, berikut beberapa aktivitas yang dilakukan Generali Indonesia.

1. Kolaborasi dengan lembaga wakaf dan komunlas pendukungnya.
2. Mengadakan literasi ke berbagai universitas.
3. Melakukan pemasaran melalui digital marketing.

5. TATA KELOLA BERKELANJUTAN

a. Tugas Penanggung Jawab Penerapan Keuangan Berkelanjutan

- **Dewan Komisaris**

Tugas Dewan Komisaris terkait keuangan berkelanjutan di antaranya mengawasi seluruh rencana dan implementasi keuangan berkelanjutan, memberikan pengarahan kepada Direksi dalam hal penerapan keuangan berkelanjutan sesuai POJK 5112017.

- **Direksi**

Tugas Direksi terkait keuangan berkelanjutan di antaranya membangun dan menerapkan budaya keuangan berkelanjutan dalam berbagai aspek organisasi, memastikan program keuangan berkelanjutan terlaksana dengan baik, memastikan penerapan prinsip keuangan berkelanjutan beserta implementasi Rencana Aksi Keuangan Berkelanjutan, mengikuti perkembangan isu keuangan berkelanjutan.

- **Pejabat dan atau Unit Kerja Penanggung Jawab Penerapan Keuangan Berkelanjutan**

Tugas Pejabat dan/atau Unit Kerja Peranggung Jawab Penerapan Keuangan Berkelanjutan diantaranya membuat dan menyampaikan laporan terkait rercara dan pelaksanaan keuangan berkelanjutan kepada pemangku kepentingan, melakukan sosialisasi kepada seluruh pihak-pihak internal Perusahaan atas keuangan berkelanjutan agar dapat berjalan sesuai rencana yang telah ditetapkan sebelumnya.

- **Pegawai**

Melaksanakan hal-hal serta kebijakan yang telah diputuskan oleh manajemen terkait dengan keuangan berkelanjutan.

b. Pengembangan Kompetensi

Selama tahun 2021, Generali Indonesia telah mengikutsertakan anggota Direksi dan seluruh pegawai untuk mengikuti kegiatan pengembangan kompetensi dalam rangka pelaksanaan RAKB, antara lain:

1. Memberikan pelatihan sertifikasi pengelolaan wakaf dengan tujuan untuk memperkaya pemahaman pegawai terhadap industri perwakafan.
2. Memberikan pelatihan mengenai digital marketing.

Selain itu, secara umum Generali Indonesia melakukan pelatihan secara berkala untuk pengembangan kompetensi pegawai yang disesuaikan dengan fungsi dan peran masing-masing. Generali Indonesia juga telah mengikutsertakan pelatihan manajemen risiko sebagai bagian dari kurikulum pelatihan untuk semua direktur dan manajemen Generali Indonesia sebagaimana diatur dalam peraturan OJK.

c. Prosedur Perusahaan Dalam Mengidentifikasi, Mengukur, Memantau, Mengendalikan Risiko atas Penerapan Keuangan Berkelanjutan

Penerapan Manajemen Risiko di Generali Indonesia dilakukan secara terintegrasi dalam setiap tahapan proses bisnis yang ada di dalam Perusahaan. Penerapan Manajemen Risiko di Generali Indonesia berpedoman kepada Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 44/POJK.05/2020 tentang Penerapan Manajemen Risiko Bagi Lembaga Jasa Keuangan Non Bank dan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 28/POJK.0512020 tentang Penilaian Tingkat Kesehatan Lembaga Jasa Keuangan Non Bank,

Generali Indonesia melakukan prosedur dalam mengidentifikasi, mengukur, memantau dan mengendalikan risiko atas penerapan keuangan berkelanjutan yang berkaitan dengan aspek sosial, ekonomi dan lingkungan. Pengelolaan risiko sosial, ekonomi dan lingkungan dilakukan dengan menerapkan kebijakan Manajemen Risiko, diantaranya dengan dilakukannya pengawasan aktif Direksi dan Dewan Komisaris atas efektivitas penerapan keuangan berkelanjutan.

Untuk memastikan efektivitas dalam penerapan keuangan berkelanjutan dalam kerangka realisasi RAKB, Generali Indonesia melakukan pelaporan secara berkala kepada Direksi, jajaran manajemen, serta Dewan Pengawas Syariah. Direksi, jajaran manajemen, dan Dewan Pengawas Syariah memantau dan menelaah seluruh kinerja Perusahaan secara berkala, dimana kondisi terkini atas penerapan keuangan berkelanjutan juga menjadi pembahasan.

d. Penjelasan Pemangku Kepentingan

Generali Indonesia melibatkan pemangku kepentingan dalam penerapan keuangan berkelanjutan, diantaranya dalam hal pembuatan serta penyampaian Laporan RAKB dan Laporan Keberlanjutan. Selain itu, pemantauan serta evaluasi atas penerapan keuangan berkelanjutan juga turut serta melibatkan pemangku kepentingan, khususnya Direksi, jajaran manajemen, dan juga Dewan Pengawas Syariah.

e. Permasalahan Yang Dihadapi, Perkembangan, dan Pengaruh terhadap Penerapan Keuangan Berkelanjutan.

Dalam menerapkan keuangan berkelanjutan, Generali Indonesia menghadapi beberapa tantangan, baik secara internal maupun eksternal.

Masih terbatasnya regulasi dan panduan dalam menerapkan keuangan berkelanjutan khususnya pada industri asuransi merupakan salah satu tantangan eksternal yang dihadapi Perusahaan. Selain itu, pandemi Covid-19 yang mulai terjadi di Indonesia pada awal tahun 2020 juga turut menjadi tantangan eksternal yang harus dihadapi Perusahaan. Tahun 2021 merupakan tahun berat yang harus dihadapi oleh seluruh

negara karena adanya wabah pandemi Covid-19. Pandemi COVID-19 pada tahun 2021 sedikit banyak membatasi ruang gerak operasional Perusahaan, termasuk dalam merealisasikan program-program keuangan berkelanjutan.

Sedangkan tantangan internal yang dihadapi Generali Indonesia dalam penerapan Keuangan Berkelanjutan selama tahun 2021 diantaranya:

1. Pengembangan sistem yang harus adaptif dengan kebutuhan masyarakat, sehingga membutuhkan investasi yang cukup besar.
2. Dibutuhkannya waktu untuk beradaptasi dalam menjalankan bisnis digital.

6. KINERJA BERKELANJUTAN

a. Kegiatan Membangun Budaya Keberlanjutan

Generali Indonesia memastikan bahwa seluruh pegawai mengetahui dan memahami manfaat dari program keuangan berkelanjutan yang dijalankan oleh Perusahaan. Selain itu, Generali Indonesia juga mendorong pegawai di dalam fungsinya masing-masing untuk berpartisipasi secara aktif dalam mensukseskan program keuangan berkelanjutan yang telah dicanangkan oleh Perusahaan.

b. Kinerja Ekonomi

- **Target dan Kinerja Produksi (dalam jutaan rupiah)**

Deskripsi	2019	2020	2021
Target Produksi	Rp. 3.614.972	Rp. 2.882.235	Rp. 2.610.936
Kinerja Produksi	Rp. 2.420.280	Rp. 2.324.811	Rp. 2.356.575

- **Portofolio (dalam jutaan rupiah)**

Deskripsi	2019	2020	2021
Agency	Rp. 1.607.464	Rp. 1.653.947	Rp. 1.736.533
Bancassurance	Rp. 439.880	Rp. 271.169	Rp. 242.191
Group Business	Rp. 372.937	Rp. 399.695	Rp. 385.312

- **Target dan Kinerja Investasi (dalam jutaan rupiah)**

Deskripsi	2019	2020	2021
Target Investasi	Rp. 482.586	Rp. 390.979	Rp. 297.654
Kinerja Investasi	Rp. 182.040	Rp. 286.197	Rp. 323.324

- **Pendapatan & Laba Rugi (dalam jutaan rupiah)**

Deskripsi	2019	2020	2021
Pendapatan	Rp. 2.420.280	Rp. 2.324.811	Rp. 2.356.575
Laba Rugi	Rp. 122.220	Rp. 183.211	Rp. 50.163

c. Kinerja Sosial

• Ketenagakerjaan

- **Pernyataan kesetaraan kesempatan bekerja dan ada atau tidaknya tenaga kerja paksa dan tenaga kerja anak**

Generali Indonesia memberikan kesempatan bekerja yang adil dan setara pada seluruh pegawai serta memastikan tidak adanya praktik tenaga kerja paksa dan tenaga kerja anak.

- **Persentase remunerasi pegawai tetap di tingkat terendah terhadap upah minimum regional**

Semua pegawai tetap Generali Indonesia mendapatkan remunerasi sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Untuk upah terendah pegawai tetap Generali Indonesia merupakan upah minimum regional, sehingga dapat dikatakan bahwa 100% pegawai tetap Generali Indonesia mendapatkan upah diatas dari upah minimum regional. Berikut remunerasi terendah dalam 3 {tiga} tahun terakhir:

Deskripsi	2019	2020	2021
Remunerasi Terendah	Rp 3.940.973	Rp 4.276.349	Rp 4.416.186

- **Lingkungan bekerja yang layak dan aman**

Generali Indonesia menyediakan sarana dan prasarana yang dapat digunakan oleh seluruh pegawai seperti ruang kerja yang layak dan aman, tempat ibadah, dan lainnya. Selama masa pandemi Covid-19 yang dimulai dari awal tahun 2020, Generali Indonesia memberlakukan kebijakan *Working Form Home* ("WFH") yang bertujuan untuk melindungi kesehatan dan keselamatan seluruh pegawai, selain juga untuk turut membantu pemerintah dalam memutus mata rantai penyebaran virus Covid-19.

- **Pelatihan dan pengembangan kemampuan pegawai**

Dalam rangka meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia, Generali Indonesia memiliki serangkaian program dan pengembangan kompetensi bagi seluruh pegawai. Berikut jumlah pelatihan yang telah diberikan oleh Generali Indonesia kepada seluruh pegawai dalam 3 (tiga) tahun terakhir

Deskripsi	2019	2020	2021
Jumlah Pelatihan	185	553	434

• Masyarakat

- **Literasi dan Inklusi Keuangan**

Pada tahun 2021, Generali Indonesia telah melaksanakan berbagai kegiatan literasi dan inklusi keuangan sebagaimana yang telah dilaporkan secara berkala

ke OJK. Berikut ringkasan kegiatan literasi dan inklusi keuangan yang telah dilakukan oleh Generali Indonesia termasuk DPLK Generali Indonesia selama tahun 2021:

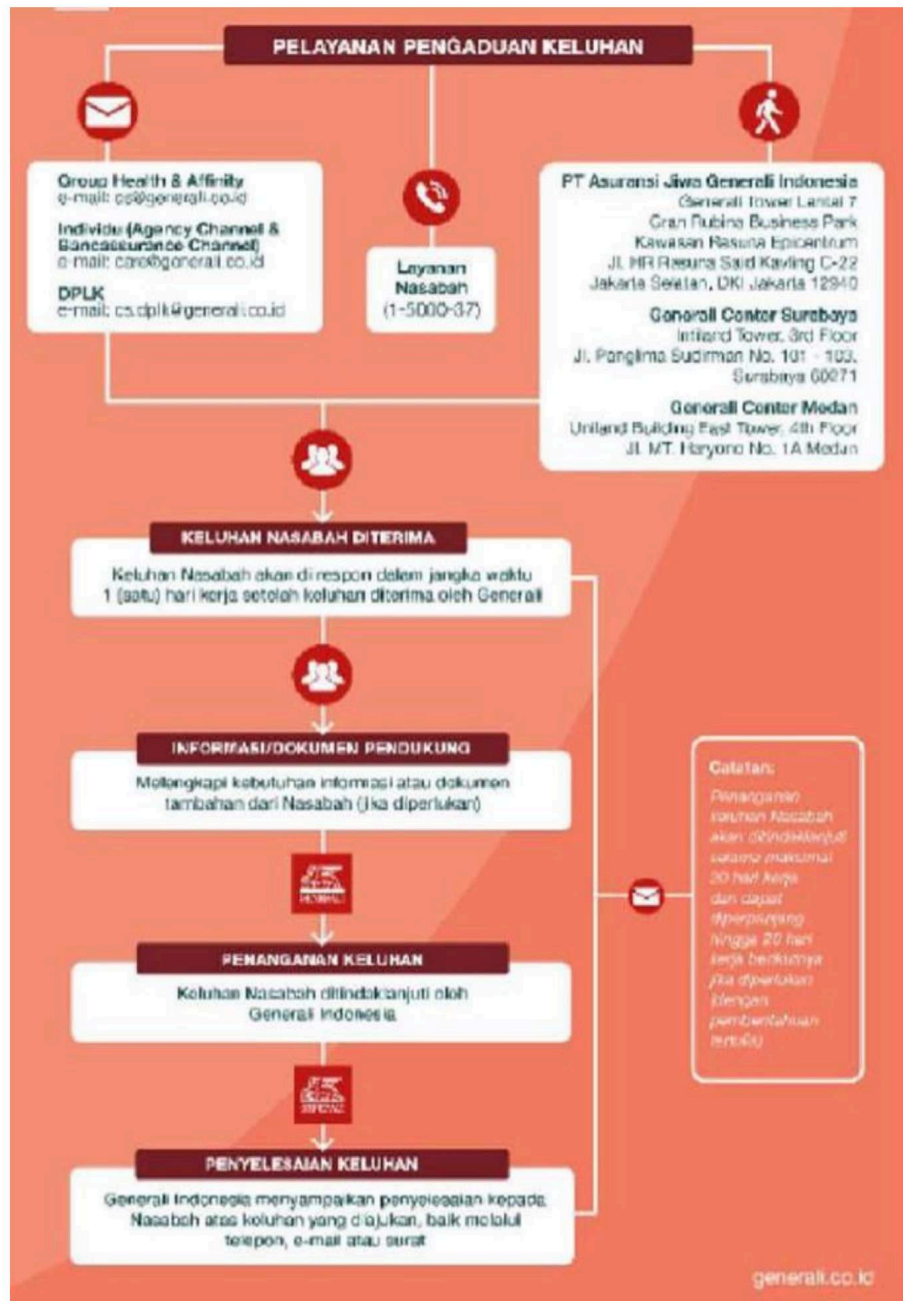
No	Deskripsi
Pelaksanaan Kegiatan Literasi Keuangan	
1	<p>Nama Kegiatan: Edukasi & Literasi Keuangan</p> <ul style="list-style-type: none"> - Edukasi Literasi DPLK melalui social media - Workshop Solusi DPLK - Edukasi Literasi Aturan Baru Dana Pensiun - Peluang investasi 2021 <p>Hasil evaluasi:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Literasi dan pengetahuan audiens meningkat
2	<p>Nama Kegiatan: Virtual Event GenTalks</p> <ul style="list-style-type: none"> - #BRAVOForPublic Tema: Tips awal tahun mengelola gaji - #BRAVOForPublic Tema: Biaya perawatan Covid - #BRAVOForVIP Tema: Peluang investasi yang perlu dilirik tahun 2021 - #BRAVOForPublic Tema: 100 juta pertama - #BRAVOForPublic Tema: Susun Financial Plan Kamu di Awal Tahun - #BRAVOForPublic Tema: Mengenal Tentang Vaksin Covid - #BRAVOChitChat Tema: Kamu Harus Tau Semua Tentang G.A.J.I.A.N - #BRAVOForHC Tema: HR In The New Age - #BRAVOForPublic Tema: Bertahan Bugar Era New Normal di Iklim Tropical - #BRAVOForPublic Tema: Belanja Pintar Saat Badjet Tipis (BPJS) - #BRAVOChitChat Tema: Tips & Trik Bonus Awet - #BRAVOForPublic Tema: Tips BRAVO Investasi yang Tepat Untuk Karyawan di Masa Pandemi - #BRAVOForHC Tema: Agile and Resilience HR - #BRAVOForPublic Tema: Bersama BRAVO Siap Bulan Ramadhan (Sehat Fisik, Mental dan Finansial) - #BRAVOForPublic Tema: Managing Talent during the New Normal - #BRAVOChitChat Tema: Tips Mengelola Gaji - #BRAVOForPublic Tema: Dana terbatas, dimasa pandemi menabung atau asuransi dulu? - #BRAVOChitChat Tema: Menjaga Kesehatan Jantung dan Pembuluh Darah - #BRAVOForPublic Tema: BRAVO Chit Chat, DPLK digital? Ya BRAVO - #BRAVOChitChat Tema: DPLK banyak, menang banyak <p>Hasil Evaluasi:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Pengetahuan audiens meningkat
3	<p>Nama Kegiatan: Seminar DPLK</p> <p>Hasil Evaluasi:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Pengetahuan audiens meningkat
Pelaksanaan Kegiatan Inklusi Keuangan	
1	<p>Nama Kegiatan: Pengembangan Produk Asuransi Unit Link Konvensional</p>

No	Deskripsi
	Hasil Evaluasi: <input type="checkbox"/> Kesadaran masyarakat semakin meningkat akan pentingnya asuransi Unit Link
2	Nama Kegiatan: Pengembangan Produk Asuransi Unit Link Syariah Hasil Evaluasi: <input type="checkbox"/> Kesadaran masyarakat semakin meningkat akan pentingnya asuransi terutama Unit Link Syariah
3	Nama Kegiatan: Pengembangan Produk Asuransi Tambahan Kesehatan Hasil Evaluasi: <input type="checkbox"/> Meningkatnya kualitas rangkaian produk asuransi tambahan kesehatan sehingga dapat memenuhi kebutuhan masyarakat

- **Pengaduan Nasabah**

Generali Indonesia berkomitmen untuk selalu memberikan pelayanan terbaik bagi setiap nasabah. Begitupun dalam penanganan pengaduan, Generali Indonesia siap membantu untuk memberikan solusi terbaik bagi nasabahnya. Di bawah ini jumlah penanganan pengaduan tahun 2021 dan prosedur penanganan pengaduan yang berlaku di Generali Indonesia:

Kategori	Target Jangka waktu Penyelesaian	Pencapaian
Tanggapan	2x24 Jam	100%
Penyelesaian Keluhan	3x24 Jam	45%
Penyelesaian Keluhan Tingkat Medium	4-10 Hari	37%
Penyelesaian Keluhan Tingkat Kompleks	11-20 Hari	12%
Penyelesaian Keluhan Tingkat Kompleks	> 20 Hari	6%



- **Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan ("TJSL")**

Generali Indonesia melakukan beberapa kegiatan TJSL selama tahun 2021 sebagaimana dapat dilihat dalam tabel di bawah ini:

No	Nama Kegiatan	Deskripsi
1	Storytelling di Saturday Academy (SA).	<p>Periode kegiatan: 12 Bulan (Januari – Desember) Lokasi: Tanah Merah, Depok & Tangerang. Penerima manfaat: total sebanyak 3581 orang Ibu dan Anak</p> <p>Bekerja sama dengan Yayasan HOPE Worldwide Indonesia (HOPE), kegiatan <i>Storytelling</i> atau membacakan cerita pendek ke anak-anak yang kurang</p>

No	Nama Kegiatan	Deskripsi
		<p>mampu di lokasi pendampingan HOPE yaitu Tanah Merah, Depok dan Tangerang.</p> <p>Kegiatan ini dilakukan pada program “<i>Saturday Academy (SA)</i>” yang adalah tempat anak-anak marjinal berusia 3-18 tahun menemukan semangat belajar dan pembentukan karakter dengan cara yang menyenangkan. Program ini didukung oleh komunitas yang melibatkan relawan yang mempunyai semangat dan tujuan.</p> <p>Seiring kondisi pembatasan kegiatan karena pandemi Covid-19, kegiatan SA dijalankan dengan metode daring. Namun tetap dibawakan dengan tema-tema berikut:</p> <ol style="list-style-type: none"> a) Bulan Januari: Melatih imajinasi anak dengan membuat permainan Papan impian, Kotaku, dan Air Pelangi (<i>science</i>) b) Bulan Februari: Mendekatkan Hubungan anggota keluarga melalui aktifitas Es krim dan hari Kasih Sayang (Valentine) c) Bulan Maret: Mempelajari lingkungan dengan mengenalkan Batu Alam, Gempa bumi & tsunami, Alat musik, ilmu Arsitek d) Bulan April: Memperingati emansipasi wanita pada Hari Kartini e) Bulan Juni: Melatih motoric dengan membuat kerajinan tangan dari plasti, botol, dan kotak bekas. f) Bulan Juli: Bertemakan Hubungan anak dan keluarga yaitu dengan ‘Bersyukur’ serta merawat kesehatan gigi anak. Pada tanggal 23 Juli dilaksanakan ‘Gerakan Indonesia Bermain’, Kegiatan Storytelling Daring ke kota-kota besar di Indonesia g) Bulan Agustus: Memperingati hari kemerdekaan Indonesia dan menggelar pengenalan adat dari kota Semarang serta budaya internasional Singapura h) Bulan September: Melatih kesehatan mental dan otak i) Bulan Oktober: Melakukan beberapa kegiatan yang terkait dengan dunia siber (internet), perubahan iklim, merayakan hari ‘Story Telling Indonesia (STI)” yang digelar tahunan, dan memperkenalkan budaya nusantara. j) Bulan November: Memberikan pelajaran mengenai keadaan alam dan lingkungan yang berefek pada perubahan iklim, yaitu situasi banjir dan polusi. Juga mengadakan kelas percobaan yang terkait dengan alam, penyebab banjir. k) Bulan Desember: Melatih kemampuan daya fikir dan kreatifitas anak dengan tema persiapan sekolah, pelajaran matematika, pengelolaan waktu dan mengajarkan bagaimana menyusun jadwal.
2	“A Home Team” - Board game	<p>Periode kegiatan: 12 Bulan (Januari – Desember) Lokasi: Surabaya, Medan, Salatiga, Payakumbuh, Jakarta, Bogor, Tangerang, Banten, Cirebon, Samarinda, Tangerang, Bandung, Yogyakarta, Semarang, Padang, Garut, Ngawi, Kediri, Lampung, Bau-Bau, dan Purwokerto.</p>

No	Nama Kegiatan	Deskripsi
		<p>Penerima manfaat: total sebanyak 650 orang Ibu dan Anak</p> <p>Berkolaborasi dengan lembaga non profit “Institut Ibu Profesional” yang memiliki modul bermain “HAYOO!” dengan manfaat memperbaiki kualitas Hubungan orang tua dan anak dalam keluarga. Ibu Profesional melatih fasilitator yang berasal dari tenaga profesional dan para sukarelawan, dimana umumnya berprofesi sebagai ibu rumah tangga.</p> <p>Terdapat 260 modul HAYOO! Yang disebar dan dimainkan oleh para keluarga pada 21 kota di Indonesia. Meskipun ada kendala situasi pandemi yang belum stabil namun kegiatan ini dapat terus dijalankan secara daring untuk mempertahankan keberlangsungan program. Untuk lokasi yang masih dapat dijangkau dengan tatap muka seperti Payakumbuh, terus dilakukan dengan memberlakukan standar protokol kesehatan.</p>
3	<p>Pembuatan Modul Edukasi anak & orang tua</p>	<p>Waktu: 4-5 Februari 2021 Lokasi: Daring Pelaksana: 28 orang THSN Ambassador</p> <p>Kegiatan ini dilakukan oleh Grup Generali di 23 negara di dunia yang bekerja sama dengan UNESCO dan OXFORD University. Menginisiasi keterlibatan para karyawan dalam pembuatan materi edukasi bagi anak dan orang tua dengan format teks dan video. Artikel pendek mengenai cara menjaga hubungan keluarga, mengasuh anak, mengenalkan permainan ke anak, menjaga kesehatan, mengatur waktu bermain anak, dan lain sebagainya.</p> <p>Proses yang dilakukan mulai dari menterjemahkan materi yang diberikan dalam Bahasa Inggris ke Bahasa Indonesia. Kemudian melakukan perekaman video. Materi-materi ini digunakan sebagai bahan pada Instagram THSN Indonesia untuk mengedukasi para pembaca.</p>
4	<p>Instagram Live</p>	<p>Waktu: 10 Juni dan 24 Agustus 2021 Lokasi : daring di akun Instagram @thsnindonesia Penonton: total 360 orang</p> <p>Merupakan kegiatan <i>awareness</i> terhadap kegiatan sosial Generali Indonesia ke masyarakat luas. Kegiatan interaktif yang dibawakan oleh karyawan Generali Indonesia bersama dengan mitra lembaga non-profit, serta mengundang penerima manfaat (misalnya anak-anak, ibu rumah tangga, orang tua, dst) yang berasal dari lokasi pendampingan mitra. Kegiatan berjalan selama minimal satu jam, mengusung tema-tema sosial dan kesehatan yang disertai dengan agenda tanya jawab.</p>

d. Kinerja Lingkungan Hidup

Generali Indonesia selalu berupaya untuk melakukan efisiensi dalam penggunaan energi maupun penggunaan kertas sebagai bagian dari implementasi atas tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan hidup. Dapat terlihat bahwa penggunaan listrik di tahun 2021 mengalami penurunan sebagaimana dapat dilihat dalam label di bawah ini:

Deskripsi	2020	2021	Persentase Penurunan
Penggunaan Listrik	Rp 1.550.255.560	Rp. 1.267.978.340	-18%

e. Tanggung Jawab Pengembangan Produk dan/atau Jasa Keuangan Berkelanjutan

Generali Indonesia terus berupaya untuk melakukan berbagai inovasi produk dan layanan, terlebih dalam kondisi pandemi Covid-19 saat ini. Generali Indonesia terus mengembangkan produk asuransi yang ditawarkan secara digital/online, dan juga produk asuransi yang dapat menjangkau semua lapisan masyarakat. Sebelum dipasarkan ke masyarakat, seluruh produk-produk asuransi Generali Indonesia telah mendapatkan persetujuan dari OJK terlebih dahulu.

Prociuk Aku Berbagi yang merupakan produk keuangan berkelanjutan Generali Indonesia telah memberikan dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan. Dampak positif tersebut diantaranya yakni dengan Aku Berbagi ntuk semua orang dari berbagai lapisan ekonomi dapat berbagi kebaikan dan lebih peduli terhadap lingkungannya. Dengan Aku Berbagi semua orang bisa memulai berwakaf mulai dari jumlah yang tidak besar dan bisa memberikan sebagian manfaat asuransinya dalam bentuk wakaf atau donasi.