



25 Tahun Melindungi dan Peduli

PERJALANAN seperempat abad mengarungi bisnis di Indonesia telah dilalui PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia (Manulife Indonesia). Resmi beroperasi dengan 14 karyawan dan tiga orang agen pada 18 Juli 1985, perusahaan ini kini dipercaya oleh lebih dari dua juta pemegang polis. Dana yang dikelola pun mencapai Rp 11,53 triliun per 31 Maret 2010 dengan tenaga agen penjual lebih dari 5.000 orang.

Tidak hanya menunjukkan perkembangan bisnis yang signifikan, perusahaan ini juga turut serta membangun citra positif dunia asuransi di Indonesia. Manulife Indonesia menjadi pionir keagenan asuransi profesional dengan kualifikasi tinggi. Layanan profesional tidak hanya menyentuh klien dan nasabah, tetapi juga menyebar ke berbagai pelosok negeri dalam bentuk aksi sosial melalui Yayasan Manulife Peduli.

Dengan bekal pengalaman dan perkembangan bisnis yang optimal, Manulife Indonesia siap untuk terus peduli dan melindungi.

 **Manulife Financial**

 **Manulife Financial**

STRONG RELIABLE TRUSTWORTHY FORWARD-THINKING

For your future

25 Tahun Manulife Indonesia

Berawal dari 14 karyawan dan tiga orang agen saja, Manulife Indonesia kini memiliki lebih dari 5.000 agen, dengan dana kelolaan sekitar Rp 11,53 triliun. Targetnya, meningkat tiga kali lipat dalam lima tahun ke depan

KIPRAH perusahaan asuransi jiwa patungan asal Kanada di Indonesia ini ternyata hanya diawali oleh segelintir orang. Lihat saja. Saat resmi memulai operasi di kawasan Cikini Jakarta pada 18 Juli 1985, PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia (Manulife Indonesia) hanya memiliki 14 karyawan. "Angkatan pertama agen yang kami rekrut pun hanya tiga orang," ujar Adi Purnomo Wijaya, Senior Executive Vice President Manulife Indonesia.

Tapi sekarang, Manulife Indonesia sudah dipercaya oleh lebih dari dua

juta pemegang polis di seluruh Indonesia. Dana yang dikelola perusahaan ini pun sudah mencapai Rp 11,53 triliun per 31 Maret 2010. Meningkatkan 43 persen dibanding tahun sebelumnya yang sebesar Rp 8,09 triliun. Sementara itu, tenaga agen penjualnya tahun ini telah menyentuh lebih dari 5.000 orang.

Semua itu dicapai melalui perjuangan panjang yang tidak gampang. Pasalnya, selain sumber daya manusianya yang masih sedikit, pada 1984-85 industri asuransi jiwa di Indonesia masih sangat kecil. Lebih parah lagi, citra asuransi jiwa masih terbilang negatif di mata masyarakat Indonesia. "Para agen penjual asuransi jiwa waktu itu hanya menampilkan asuransi jiwa sebagai produk yang berkaitan dengan masalah hidup dan mati, bukan sebagai produk perencanaan keuangan masa depan," tutur Adi yang juga merupakan salah satu pendiri Manulife Indonesia.

Manulife Indonesia pun menjadi pelopor sistem keagenan asuransi profes-



Adi Purnomo Wijaya, Senior Executive Vice President Manulife Indonesia

sional, dengan kualifikasi yang lebih tinggi. Perusahaan ini juga menjadi salah satu yang terdepan dalam mengutamakan pentingnya lisensi keagenan. "Kami yakin bahwa kami bisa

menggarap industri asuransi di Indonesia dengan cara lebih baik, dan kami lakukan itu," tegas Vic Apps, pendiri sekaligus President Director pertama AJMI.

Untuk menjaga kualitas agen, Adi bersama Vic Apps pun harus turun tangan sendiri dalam merekrut dan memberi pelatihan kepada agen-agen baru. Tiga tahun pertama, Manulife Indonesia masih belum bisa berharap banyak pada hasil penjualan produk asuransi individu dari para agen. Pendapatan perusahaan justru ditopang oleh Vic Apps dan Adi yang aktif menjual asuransi jiwa kumpulan ke pasar korporat. Tapi, selanjutnya para agen mulai menunjukkan hasil kerja keras mereka. Pada 1988 Manulife Indonesia sudah berhasil menyabet penghargaan *best agent*, padahal jumlah agennya waktu itu belum sampai 50 orang.

Dalam 25 tahun perjalanannya, Manulife Indonesia juga telah mendapat berbagai penghargaan yang diberikan oleh lembaga independen, baik lokal, regional maupun internasional. Manulife Indonesia juga mengembangkan diri dengan melakukan akuisisi beberapa perusahaan asuransi seperti AMP Panin pada 1997, Ongko Life pada 1998, Principal In-

donesia pada 2001, Zurich Life Insurance Indonesia dan ING Indonesia pada 2003, serta John Hancock pada 2004.

Sejalan dengan itu, jalur distribusi Manulife Indonesia pun bertambah. Meski masih mengandalkan penjualan dari para agen, kini sedang dibangun jalur distribusi melalui bank, *direct mail*, *direct marketing* dan *tele-marketing*.

Kini, menginjak usia 25 tahun Ma-



Premraj Thuraisingam, Executive Vice President & Chief Agency Officer Manulife Indonesia

nulife Indonesia melalui program Growth Task Force (GTF) menargetkan pertumbuhan yang lebih besar lagi. "Kami menargetkan pertumbuhan bisnis tiga kali lipat dalam 4-5 tahun ke depan," ungkap Premraj Thuraisingam, Executive Vice President & Chief Agency Officer Manulife Indonesia.

Untuk bisa mencapainya, Manulife Indonesia menargetkan pertumbuhan jumlah agen yang sama besarnya, yakni 3 kali lipat di tahun 2014 dari sekitar 5 ribu menjadi 15 ribu agen, dengan standar kompetensi yang tetap tinggi.

Optimisme pencapaian pertumbuhan yang tinggi juga disampaikan oleh Presiden Direktur Manulife Indonesia, Alan Merten. Menurutnya, asuransi jiwa di Indonesia merupakan industri yang sangat menarik. "Penetrasi asuransi jiwa di Indonesia memang masih rendah. Tapi, ini justru berarti peluang untuk tumbuh masih sangat besar," jelas Merten optimistis.

Optimisme itu bukan tanpa dasar. Sejarah sepanjang 25 tahun membuktikan bahwa Manulife Indonesia mampu tumbuh menjadi salah satu perusahaan asuransi jiwa terbesar di Indonesia.

● INFORIAL

KILAS BALIK 25 TAHUN MANULIFE INDONESIA

1985



Peresmian PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia sebagai asuransi jiwa patungan Kanada-Indonesia dilakukan pada 18 Juli 1985.

1989

Malam penghargaan perdana bagi agency Manulife Indonesia bertema "1st Fall Ball, An Evening in Paris".



1995

Peresmian penggunaan gedung baru untuk kantor pusat di kawasan Cikini.

1997

- Perusahaan asuransi jiwa patungan pertama yang meraih sertifikasi ISO 9001:2000 untuk sistem manajemen mutu.
- Mengakuisisi AMP Panin.
- Pionir dalam industri asuransi jiwa mengeluarkan produk *unit-linked* di Indonesia.

1998

- Mengakuisisi Ongko Life.
- Yayasan Manulife Peduli didirikan sebagai wujud kepedulian dan tanggung jawab sosial perusahaan.
- Peluncuran produk asuransi jiwa tradisional, Pro Life.

2001

- Mengakuisisi Principal Indonesia.
- 560 top agen Manulife Indonesia menghadiri Agency Sales Conference di Paris.
- SD binaan pertama: SDN Simpanan dan SDN Pondok Tisuk di Sukabumi.



2002

Meraih penghargaan bergengsi pertama, Asia Insurance Review Award.

2003

- Penghargaan Indonesia's Most Admired Company Award.
- Mengakuisisi Zurich Life Insurance Indonesia dan ING Indonesia Life Insurance.
- Agency Sales Conference pertama di Benua Afrika, yaitu di Johannesburg dan Sun City.

2004

Global merger dengan John Hancock.



2005

Aktif terlibat meringankan beban masyarakat Aceh akibat tsunami.

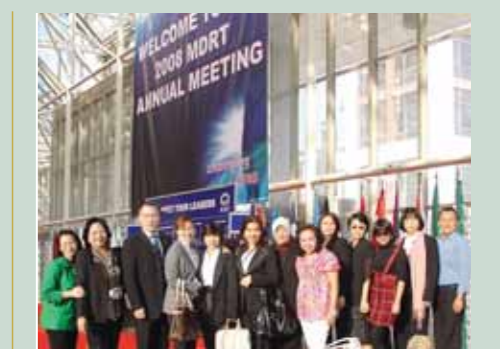
2007

SD Binaan Manulife ke-5, SD Winongo di Bantul, DI Yogyakarta.

2008



- Sponsor Olimpiade Beijing 2008.
- Kantor pusat baru di Sampoerna Strategic Square.
- Agen Manulife mengikuti seminar MDRT di Toronto.



2009



- Peresmian Manulife Unit Syariah.
- Menjadi sponsor KidsFfest, festival film internasional untuk anak-anak di Indonesia.

Total Memenuhi Kebutuhan Berasuransi



Alan Merten,
President Director & CEO Manulife Indonesia

KEBUTUHAN akan asuransi jiwa bagi setiap individu selalu berkembang. Mulai dari kebutuhan akan proteksi asuransi pendidikan, sampai program pensiun. Hal ini direspon Manulife Indonesia dengan jajaran produk dan jasa yang paling lengkap. Mulai dari asuransi jiwa, *employee benefits*, program pensiun, unit link, sampai produk asuransi syariah.

Berkantor pusat di Jakarta, Manulife Indonesia beroperasi melalui jaringan lebih dari 120 kantor pemasaran di lebih 20 kota yang tersebar di Indonesia, didukung lebih dari 6.000 karyawan dan agen profesional yang melayani lebih dari dua juta nasabah.

Yang menggembirakan, kontribusi penjualan dari kantor-kantor cabang

Manulife Indonesia di luar Jakarta makin meningkat. Sehingga, penyebaran polis tak lagi terlalu terpusat di Jakarta. Sejak 5-10 tahun lalu, 45 persen penjualan merupakan kontribusi dari luar Jakarta, hanya 55 persen dari Jakarta. Ini berbeda dibanding masa sebelumnya di mana kontribusi dari Jakarta mencapai 75 persen.

Dengan perkembangan bisnis yang signifikan ini Manulife Indonesia punya modal kuat untuk terus mengembangkan pasar Indonesia. Presiden Direktur Manulife Indonesia, Alan Merten, bertekad memperkuat dan memastikan bahwa Manulife Indonesia akan tetap menjadi pilihan utama para nasabah di Indonesia untuk solusi keuangan yang kuat, andal, terpercaya,

dan berorientasi ke depan untuk keputusan penting keuangan mereka.

Sejumlah langkah telah dilaksanakannya untuk mencapai tekad tersebut. Di antaranya, meningkatkan penetrasi pasar Manulife di Indonesia. "Indonesia punya GDP bagus dengan populasi yang besar sehingga prospek pertumbuhannya sangat menjanjikan," ujar Alan Merten.

Langkah berikutnya yang disiapkan Fellow of the Institute of Actuaries of Australia dari Australia ini adalah dengan terus menggagas kerjasama yang lebih baik dengan perbankan, untuk melengkapi jalur distribusi produk. Saat ini Manulife Indonesia sudah bekerja sama dengan sekitar 12 bank besar di Indonesia, dan itu akan terus dikembangkan.

"Selain itu, Manulife juga akan terus berinovasi, baik dalam hal produk, layanan maupun jalur penjualan," jelas Alan Merten. Pria asal Australia ini juga akan melanjutkan upaya membangun sumberdaya manusia industri asuransi yang berkualitas.

Saat ini Manulife Indonesia memiliki produk dan layanan asuransi jiwa yang lengkap meliputi produk asuransi perlindungan keluarga, perlindungan anak dan pendidikan, perlindungan hari tua, unit link, perlindungan kekayaan, dan kesehatan.

Semua produk dan layanan yang ada disiapkan sebagai upaya total Manulife Indonesia untuk memenuhi kebutuhan finansial masyarakat Indonesia yang terus berkembang.

● INFORIAL

Membangun Citra Positif Asuransi Jiwa Nasional

PADA era 1980-an, citra kurang positif asuransi masih melekat kuat di mata masyarakat Indonesia. Penyebabnya, adalah pelaku industri asuransi jiwa itu sendiri, terutama para agen penjual produknya yang tak mampu menampilkan citra asuransi jiwa yang sebenarnya.

Fokus kebanyakan agen ketika itu, hanya menjual produk tanpa memberi penjelasan kepada pemegang polis mengenai manfaat asuransi jiwa secara benar. Ini lantaran kebanyakan dari mereka belum memiliki kualifikasi pendidikan yang cukup, dan tidak dibekali pelatihan dan sertifikasi yang sesuai standar industri.

Nah, tahun 1985 Asuransi Jiwa Manulife Indonesia (Manulife Indonesia) hadir dengan membawa konsep keagenan asuransi jiwa profesional yang jauh lebih baik untuk menghapus citra negatif industri asuransi jiwa di Indonesia. "Manulife Indonesia memperkenalkan konsep agen profesional dan bisa membangun hubungan jangka panjang dengan nasabah," Nelly Husnayati, Vice President Director & Chief

Operating Officer PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia.

Selain mendapat lisensi dari Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI), para agen ini juga dibekali begitu banyak pelatihan oleh Manulife Indonesia, mulai dari *initial training*, pelatihan cara menjual produk, *product knowledge*, sampai dengan pelatihan kepemimpinan bagi calon manajer agen. Dengan demikian, Manulife memberi sumbangan dan andil yang signifikan dalam mengangkat profesionalisme agen asuransi.

Sumbangan lain Manulife terhadap industri asuransi jiwa nasional adalah dalam hal keterlibatan dan peran aktif perusahaan ini di AAJI. Dengan peran ini Manulife ikut menjembatani kepentingan pelaku industri asuransi dengan pemerintah selaku regulator. Di AAJI, saat ini Adi Purnomo Wijaya, Senior Executive Vice President Manulife Indonesia menduduki posisi Legal & Compliance yang berfungsi menengahi sengketa di lingkungan industri asuransi. Sementara, David Beynon Presiden Direktur Manulife Indonesia yang



Nelly Husnayati, Vice President Director & Chief Operating Officer Manulife Indonesia

baru saja mengakhiri masa jabatannya, sempat membawahi bidang *training & development* AAJI.

Bersama AAJI pula, melalui berbagai *event* yang diselenggarakan, Manulife Indonesia ikut serta menyosialisasikan pentingnya peran asuransi jiwa kepada masyarakat Indonesia.

● INFORIAL

Peduli Sosial Cara Manulife

Lima sekolah mendapat pembinaan secara berkesinambungan setiap tahun

KONDISI salah satu Sekolah Dasar (SD) di pelosok Bantul Yogyakarta itu kini sudah berubah total. Jika dulu kondisinya begitu mengenaskan akibat gempa, sekarang bangunannya justru lebih bagus dari semula. Malah, menjadi salah satu SD favorit di sana dan merupakan SD pertama di Bantul yang memiliki situs internet khusus bagi muridnya.

Semua kemajuan itu terjadi berkat bantuan rutin dari Manulife Indonesia. "Setiap tahun kami membina guru dan murid di sana. Kami juga memberi bantuan sekitar Rp 20 sampai 50 juta per sekolah, bahkan lebih jika dibutuhkan renovasi bangunan," papar Adi Purnomo Wijaya, Senior Executive Vice President Manulife Indonesia.

Selain SD di Bantul, Manulife Indonesia juga memberi bantuan dan binaan serupa bagi dua SD korban gempa di Sukabumi Jawa Barat, serta dua SD lagi korban tsunami Aceh. Tidak

hanya mendapat bantuan, kelima sekolah ini juga mendapat binaan secara berkesinambungan setiap tahun dari Manulife.

Bentuk kepedulian sosial itu dimulai sejak 1996 dengan terbentuknya Yayasan Manulife Peduli (YMP). Kegiatan awalnya waktu itu masih terbatas pada lingkungan terdekat di sekitar kantor Manulife di Cikini, Jakarta dan sekitar kantor cabang di Surabaya.

Tapi kini programnya makin meluas. Selain membantu meningkatkan kualitas pendidikan YMP juga sudah menyalurkan bantuan berupa kredit mikro tanpa jaminan, bagi pengusaha sangat kecil, bekerjasama dengan Ikatan Wanita Pengusaha Indonesia (IWAPI). Sekitar 100 ribu dolar Kanada sudah dialokasikan untuk program kredit yang berakhir dua tahun lalu ini.

Saat ini tengah berjalan program bantuan kredit bergulir bagi pengusaha mikro di Aceh. Sekitar 230 pengusaha mikro menikmati bantuan kredit dari YMP dengan dana awal Rp 1 miliar dan telah berkembang menjadi Rp 1,5 miliar. Malah, bulan depan YMP akan menambatkan dana sekitar Rp 1 miliar lagi.



YMP juga aktif memberi bantuan bagi korban bencana alam di tanah air. Khusus di Aceh, Manulife Indonesia menyediakan rumah singgah bagi karyawan dan agennya yang menjadi korban tsunami. Manulife juga membayarkan sekitar 300 ribuan polis nasabahnya di Aceh, tanpa prosedur yang rumit, mengingat seluruh korban tsunami kehilangan polis asuransi mereka. Manulife malah memberikan bantuan gratis premi setahun penuh bagi korban. Jika di total, nilai preminya sekitar Rp 9 miliar.

Semuanya, merupakan bentuk kepedulian sosial dari Manulife Indonesia.

● INFORIAL

Presiden Direktur Manulife Indonesia dari Masa ke Masa



Vic Apps,
1985-1988



Len Logan,
1988-1992



David Horman,
1992-1999



Philip Hampden-Smith,
1999-2002



John David Harrison,
2002-2006



David Beynon,
2006-2010

