

LAPORAN AKSI KEUANGAN BERKELANJUTAN
Tahun 2020

PT AXA FINANCIAL INDONESIA
(“Perusahaan”)

Gedung AXA Tower Kuningan City Lt. 17

Jl. Prof. Dr. Satrio Kav. 18, Kelurahan Karet Kuningan, Kecamatan Setiabudi Jakarta

Selatan 12940

Jakarta, 23 April 2021

DIREKSI
PT AXA FINANCIAL INDONESIA



Niharika Yadav

Presiden Direktur



Cicilia Nina Triana

Direktur



Arta Magdalena

Direktur

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	3
BAB I PENJELASAN STRATEGI KEBERLANJUTAN	4
1.1. Penjelasan Strategi Keberlanjutan.....	4
BAB II IKHTISAR KINERJA ASPEK KEBERLANJUTAN	5
2.1. Perbandingan Kinerja 3 Tahun Terakhir.....	5
BAB III PROFIL PERUSAHAAN.....	7
3.1. Visi, Misi, Dan Nilai Keberlanjutan.....	7
a. Visi Perusahaan.....	7
b. Misi Perusahaan	7
c. Nilai-Nilai AXA.....	7
BAB IV KEBIJAKAN DAN PENERAPAN KEUANGAN KEBERLANJUTAN	9
4.1. Strategi Keberlanjutan Perusahaan.....	9
BAB V TATA KELOLA KEBERLANJUTAN	14
BAB VI KINERJA KEBERLANJUTAN	16

BAB I

PENJELASAN STRATEGI KEBERLANJUTAN

1.1. Penjelasan Strategi Keberlanjutan

Aksi keuangan AXA Financial Indonesia berkelanjutan sesuai dengan strategi AXA Global untuk melindungi lingkungan hidup. Selain itu AXA secara entitas di Indonesia maupun global memiliki misi untuk memberdayakan dan melindungi masyarakat untuk dalam mencapai kehidupan masa depan yang lebih baik melalui solusi Asuransi Jiwa dan Kesehatan. AXA Financial Indonesia hadir di tengah-tengah masyarakat dengan menyediakan produk Asuransi Kesehatan dan Jiwa yang inovatif yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup, membangun kemampuan masyarakat tumbuh sejahtera serta mempertahankan kelestarian lingkungan.

Hal ini selaras dengan rencana dan langkah-langkah strategis AXA Financial untuk memperkuat jaringan distribusi dengan penambahan model-model distribusi baru seperti AXA Direct yang merupakan platform akses omni-channel AXA untuk seluruh channel distribusi (Pembelian Langsung, Telemarketing, dan Tatap Muka) dan model keagenan baru. Kemudian, sesuai dengan strategi AXA sebagai Partner yang mudah untuk kerjasama (easy to do business with), rencana yang akan ditempuh oleh Perusahaan dalam periode 5 (lima) tahun ke depan ialah menjadikan perusahaan terkenal sebagai Perusahaan yang sepenuhnya secara end-to-end digitalized (terdigital) yang didukung dengan memperkuat keamanan IT, proses automasi robotics, paperless (pengurangan kertas), dan proses yang lebih sederhana.

BAB II

IKHTISAR KINERJA ASPEK KEBERLANJUTAN

2.1. Perbandingan Kinerja 3 Tahun Terakhir

AXA Financial Indonesia telah membukukan hasil kinerja yang solid ditengah perjalanan transformasi perusahaan dengan rasio solvabilitas diatas persyaratan sebesar 120%. Hal ini merupakan dasar yang baik untuk mendukung pertumbuhan perusahaan di masa depan. AXA Financial Indonesia berkomitmen untuk menjadi mitra pilihan untuk perlindungan kesehatan dan jiwa melalui produk Asuransi dan berupaya untuk meningkatkan kinerja perusahaan.

Kinerja AXA Financial Indonesia dalam 3 tahun terakhir (dalam jutaan rupiah).

*unaudited

No	Detail	2018	2019	2020*
1	Permodalan	150,000	150,000	150,000
2	Aset	6,088,571	6,154,966	6,395,814
3	Liabilitas	5,042,282	5,125,599	5,361,603
4	Pendapatan premi	1,398,681	1,374,020	1,312,796
5	Laba	50,215	15,078	10,167
6	RBC	359%	289%	326%

Kinerja yang tidak terkait dengan keuangan

No	Detail	2018	2019	2020
1	Produk baru	Jumlah produk baru per 31 Desember 2018 adalah 4 Produk	Jumlah produk baru per 31 Desember 2019 adalah 10 Produk	Jumlah produk baru per Desember 2020 adalah 2 Produk.
2	SDM	Jumlah SDM per 31 Desember 2018 adalah 309 orang.	Jumlah SDM per 31 Desember 2018 adalah 320 orang.	Jumlah SDM per Desember 2020 adalah 299 orang.
3	Jaringan kantor	Pembukaan : 8 Pindah alamat : 2 Penutupan : 10	Pembukaan : 4 Pindah alamat : 3 Penutupan : 5 Perubahan status : 1	Pembukaan : 8 Pemindahan alamat : 2 Penutupan : 3
4	Tenaga Kerja Asing	Jumlah TKA per 31 Desember 2018 adalah nihil	Jumlah TKA per 31 Desember 2019 adalah nihil	Jumlah TKA per 31 Desember 2020 adalah nihil

Dalam aspek lingkungan hidup dan social AXA Financial Indonesia telah menerapkan beberapa inisiatif aksi keuangan berkelanjutan, yaitu:

- Program Work life balance dengan penerapan program pulang tepat waktu setiap hari Rabu
- Pemadaman lampu saat istirahat makan siang
- Penggunaan *shuttle bus* dari penyambung dari stasiun menuju kantor pusat

- Pengurangan penggunaan botol plastic dengan menyediakan dispenser di area meeting
- Sosialisasi penggunaan *tumbler* kepada karyawan
- Literasi dan sosialisasi keuangan dan Asuransi untuk komunitas, masyarakat umum untuk peningkatan pemahaman masyarakat terhadap produk keuangan termasuk produk Asuransi.

BAB III

PROFIL PERUSAHAAN

3.1. Visi, Misi, Dan Nilai Keberlanjutan

a. Visi Perusahaan

Untuk menjadikan PT AXA Financial Indonesia sebagai perusahaan asuransi terbaik dengan memiliki penasihat finansial (*financial advisors*) terbesar dengan membangun keagenan profesional yang berkesinambungan dengan kultur dan pola pikir yang benar, serta memperkuat investasi pada *omni-channel platform* yang melekat pada Perusahaan (keberadaan jaringan keagenan dan telemarketing) dimana mampu memenuhi kebutuhan perlindungan yang komprehensif bagi semua lapisan masyarakat.

b. Misi Perusahaan

- Memperkuat kembali pertumbuhan jaringan keagenan dan distribusi untuk menciptakan tenaga distribusi yang profesional dengan dukungan digitalisasi perangkat penjualan (*sales tools*).
- Menjelajahi model distribusi baru yang organik untuk menambah laju pertumbuhan melalui peningkatan kapabilitas agen dan telemarketer serta memfasilitasi aspirasi telemarketer untuk menciptakan jalur karir yang kuat dalam keagenan.
- Menciptakan peluang inovatif dengan mitra baru yang dapat meningkatkan bisnis dengan menggunakan platform digital.
- Fokus pada segmentasi nasabah untuk membuat penawaran yang lebih baik dan lebih sederhana sesuai dengan kebutuhan nasabah.
- Mengembangkan teknologi informasi yang mengubah perjalanan bisnis (*business journey*) untuk nasabah dan distribusi yang menjadikan kemitraan yang mudah untuk menjalankan bisnis bersama AXA.
- Membangun platform *omni-channel* dimana nasabah merasakan pengalaman perpindahan dari channel satu ke channel lainnya dalam memenuhi kebutuhan perlindungan komprehensifnya tanpa merasakan perbedaan (*seamlessly*).

c. Nilai-Nilai AXA

Customer First : Semua pemikiran kita dimulai dari pelanggan

Integrity : Kita berpedoman pada prinsip moral yang kuat

Courage : Kita menyampaikan gagasan dan bertindak untuk mewujudkannya

One AXA : Kita menjadi lebih kuat ketika berkolaborasi dan bekerja sebagai satu tim

3.2. Profil Singkat Perusahaan

Nama Perusahaan	:	PT AXA FINANCIAL INDONESIA
Alamat Lengkap	:	Gedung AXA Tower Kuningan City Lt. 17 Jl. Prof. Dr. Satrio Kav. 18 Kelurahan Karet Kuningan, Kecamatan Setiabudi Jakarta Selatan 12940
Telepon dan Faksimili	:	(021)-3005 8000 (Telp); (021)-3005 8008 (Fax)
Website	:	www.axa.co.id
NPWP	:	01.334.086.4-073.000
No. & Tgl. Izin Usaha	:	No. 612/KMK. 017/1995 tanggal 22 Desember 1995
Unit Syariah	:	
a. Alamat Lengkap	:	Gedung AXA Tower Kuningan City Lt. 17 Jl. Prof. Dr. Satrio Kav. 18 Kelurahan Karet Kuningan, Kecamatan Setiabudi Jakarta Selatan 12940
b. Telepon dan Faksimili	:	(021)-3005 8000 (Telp); (021)-3005 8008 (Fax)
c. Website	:	www.axa.co.id
d. NPWP	:	01.334.086.4-022.000
e. No. & Tgl Izin Usaha	:	No. S-6616/BL/2009 tanggal 31 Juli 2009
f. Pimpinan Unit Syariah	:	Rosyida Rivai

Direksi dan Dewan Komisaris

Nama Direksi	Jabatan	Nama Komisaris	Jabatan
Niharika Yadav	Presiden Direktur	Rodney I Coelho	Presiden Komisaris
Cicilia Nina Triana	Direktur	Sri Widiarti	Komisaris Independen
Arta Magdalena	Direktur	Dumaria Rulina Tampubolon	Komisaris Independen

Dewan Pengawas Syariah:

Nama	Jabatan
Prof. Dr. Huzaemah T. Yanggo	Ketua
Drs. Zainut Tauhid Sa'adi	Anggota

Pemegang Saham

Kepemilikan Saham		
Nama Pemegang Saham	Rupiah	Persent
AXA ASIA	Rp136.741.000.000,00	91,16066667%
PT Kotak Biru Investama	Rp13.258.999.000,00	8,83933266%
Niken Saraswati	Rp 1.000,00	0.00000067%
Total	Rp150.000.000.000,00	100,00%

BAB IV

KEBIJAKAN DAN PENERAPAN KEUANGAN KEBERLANJUTAN

4.1. Strategi Keberlanjutan Perusahaan

4.1.1. Kebijakan

Dilakukannya aksi keuangan berkelanjutan sesuai dengan strategi AXA Global untuk melindungi lingkungan hidup. Selain itu AXA secara entital di Indonesia maupun global memiliki misi untuk memberdayakan dan melindungi masyarakat untuk dalam mencapai kehidupan masa depan yang lebih baik melalui solusi Asuransi.

4.1.2. Pencapaian

AXA Financial Indonesia telah menerapkan beberapa inisiatif aksi keuangan berkelanjutan, yaitu:

- Program Work life balance dengan penerapan program pulang tepat waktu setiap hari Rabu
- Pemadaman lampu saat istirahat makan siang
- Penggunaan *shuttle bus* dari penyambung dari stasiun menuju kantor pusat
- Pengurangan penggunaan botol plastic dengan menyediakan dispenser di area meeting
- Sosialisasi penggunaan *tumbler* kepada karyawan
- Literasi dan sosialisasi keuangan dan Asuransi untuk komunitas, masyarakat umum untuk peningkatan pemahaman masyarakat terhadap produk keuangan termasuk produk Asuransi.

Aspek Lingkungan Hidup

No.	Nama Program	Alasan Prioritas	Uraian Kegiatan	Periode Awal	Sumber Daya yang dibutuhkan (dana/mitra/SDM)	Penanggung Jawab
1.	Rencana Aksi Berkelanjutan untuk Nasabah	Merujuk pada nilai-nilai perusahaan yang mengutamakan nasabah sebagai prioritas perusahaan .	1. Pengurangan penggunaan kertas pada pengiriman informasi dan buku polis	Januari – Desember 2020	Realisasi: Tahun 2020 telah dilakukan pemutakhiran eDocs yang menerbitkan file <i>softcopy</i> sebagai pengganti surat printing. Di tahun 2020 melanjutkan Penggunaan e-policy dengan persetujuan nasabah dan peraturan yang berlaku.	Departemen Operations
2.	Rencana Aksi Berkelanjutan untuk Tenaga Pemasar	Merujuk pada strategi perusahaan dalam meningkatkan profesionalisme dan	1. Penerapan teknologi digital dalam perangkat penjualan	Januari – Desember 2020	Realisasi: ADOPTION RATE AFI DNA 2020 SUBMIT FYP NON DNA : 121,3 BIO (61%) SUBMIT FYP DNA : 47,2 BIO (39%)	Departemen Digital Transformation

		produktivitas tenaga pemasar			SUBMIT CASE NON DNA : 10,226 (61%) SUBMIT CASE DNA : 3,954 (39%) Active Agent DNA Periode 2020 : Total 1,845 <i>(25% dari AA Total telah submit menggunakan AFI DNA)</i> Rencana: Proposal penambahan SDM: 3 Regional Trainer (untuk 3 Region) 1 Web Developer 1 Content Developer 1 Back-end Admin 1 team leader Realisasi: Tidak ada penambahan SDM untuk Regional Trainer, Web Developer, Back end admin dan 1 team leader Penerapan materi pelatihan khusus untuk tenaga pemasar (agen) dilakukan secara digital sepanjang 2020. Pelatihan Non-mandatory sebanyak 8 kelas. Pelatihan mandatory sebanyak 1 kelas. Jumlah peserta pelatihan melalui digital sepanjang 2020. Pelatihan non-mandatory sebanyak 18,203 peserta dan pelatihan mandatory sebanyak 4,738 peserta. Rencana: 1 support team Realisasi: Tidak ada penambahan SDM pada tahun 2020 Seluruh promosi terkait brand, produk, layanan kepada nasabah dan masyarakat umum sepanjang tahun 2020 dilakukan melalui jalur digital	Sales Academy Departemen Marketing & Komunikasi
			2. Penyampaian materi pelatihan melalui digital			
			3. Penggunaan materi promosi melalui cara digital			

					(Social media, e-mail, SMS)	
4.	Rencana Aksi Berkelanjutan untuk Karyawan Perusahaan	Mendukung inisiatif dalam menjaga dan mempertahankan kualitas lingkungan hidup	1. Pengurangan penggunaan botol plastik di dalam lingkungan kantor 2. Pengurangan penggunaan kertas untuk dalam kepentingan pekerjaan dan persetujuan bisnis 3. Penerapan pelatihan karyawan secara digital	Januari – Desember 2020	Realisasi: 1. Penggunaan botol plastic menurun 50% dengan diberlakukannya Work From Home (WFH) inisiatif AXA Lunch tidak diberlakukan 2. Penggunaan kertas per FTE menurun 92,75% dan menggunakan PEFC Certified Paper Sepanjang tahun 2020 seluruh kegiatan pelatihan terhadap karyawan dilakukan secara digital	Departemen Human Capital Departemen Marketing & Communications

Aspek Sosial

No.	Nama Program	Alasan Prioritas	Uraian Kegiatan	Periode Awal	Sumber Daya yang dibutuhkan (dana/mitra/SDM)	Penanggung Jawab
1.	Rencana Aksi Berkelanjutan untuk Nasabah	Merujuk pada nilai-nilai perusahaan yang mengutamakan nasabah sebagai prioritas perusahaan .	1. Membuka akses inklusi melalui jalur dan produk digital 2. Pengenalan dan pelatihan produk	Januari – Desember 2020	Realisasi: Selama tahun 2020, AXA Financial Indonesia melakukan kerja sama dengan 9 mitra digital untuk memperluas akses inklusi keuangan terutama pada produk-produk asuransi. Partner: 1). Dana, 2). Shell, 3). NFRNDS, 4). Inkopdit, 5). Gigacover, 6). Qoala, 7). GoodDoctor, 8). We+, 9). CekAja Rencana : 1 team leader 1 support team	Departemen Direct Marketing dan Partnership Departemen

					gender : AXA Financial Indonesia menginisiasi dan berpartisipasi aktif dalam Program AXA Indonesia untuk mensosialisasikan dan mengedukasi terkait kekerasan di ranah privat bernama Aman Untuk Semua. Melakukan program I WILL (I'm a Woman in Incredible Leadership Lesson)	
--	--	--	--	--	--	--

4.1.3. Tantangan Pencapaian Kinerja Penerapan Keuangan Berkelanjutan

Tantangan Keberlanjutan merupakan peluang sekaligus tantangan untuk memberikan dampak yang lebih baik terhadap tiga aspek utama dalam keberlanjutan Perusahaan yakni, aspek keuangan, aspek lingkungan, dan aspek sosial. Dari aspek lingkungan, tantangan terbesar perusahaan adalah memperhatikan dampak operasional terhadap lingkungan serta memperhatikan keselarasan bisnis perusahaan dengan lingkungan yang mempengaruhi perusahaan. Oleh sebab itu, perusahaan telah mengembangkan program-program lingkungan yang memastikan keberlanjutan perusahaan. Dari aspek sosial, perusahaan memiliki tantangan untuk dapat menyampaikan sebanyak mungkin manfaat bagi masyarakat terkait inklusi dan edukasi terkait keuangan secara general maupun asuransi. Area operasional perusahaan yang luas dan tersebar di sejumlah provinsi di Indonesia juga memberikan tantangan tersendiri.

Untuk menghadapi berbagai tantangan tersebut, perusahaan memiliki komitmen dalam menjalankan tanggung jawab perusahaan pada tiga pilar keberlanjutan, yakni ekonomi, lingkungan, dan sosial. Komitmen perusahaan dalam pelaksanaan berkelanjutan selalu mengikuti perkembangan kebutuhan berkaitan dengan kondisi ekonomi, lingkungan dan market.

BAB V

TATA KELOLA KEBERLANJUTAN

5.1. Alokasi Sumber Daya Manusia

Tidak ada alokasi SDM secara khusus dalam Laporan Aksi Keuangan Berkelanjutan ini.

5.2. Penanggung Jawab Pelaksanaan Rencana Aksi Keuangan Berkelanjutan

Rencana Aksi Keuangan Berkelanjutan ini merupakan tanggung jawab masing-masing kepala departemen yang menjalankan, dengan arahan dan penyelarasan kearah dan strategi perusahaan di masa mendatang dari departemen Marketing & Corporate Communication dan Strategy Planning.

5.3. Proses Penyusunan

Rencana ini disusun dengan mengacu pada strategi dan kebijakan perusahaan baik secara entitas di Indonesia maupun AXA Global. AXA Global telah menerapkan Pelaporan aksi keuangan berkelanjutan yang menggunakan metode penilaian dan identifikasi penerapan aksi.

5.4. Faktor-faktor Penentu Rencana Aksi Keuangan Berkelanjutan

Faktor-faktor Penentu Rencana Aksi Keuangan Berkelanjutan antara lain: Kemajuan Teknologi, tren pasar.

Proses evaluasi Rencana Aksi Keuangan Berkelanjutan disesuaikan masing-masing kegiatan sebagaimana di bawah:

No.	Nama Program	Uraian Kegiatan	Sistem Evaluasi
1.	Rencana Aksi Berkelanjutan untuk Nasabah	1. Pengurangan penggunaan kertas pada pengiriman informasi dan buku polis 2. Membuka akses inklusi melalui jalur dan produk digital 3. Pengenalan dan pelatihan produk finansial dan Asuransi kepada masyarakat (masyarakat mikro & berkembang, pemberdayaan perempuan, edukasi kepada generasi milenial)	1. Tingkat Utilisasi buku polis elektronik. 2. Jumlah tertanggung baru 3. Jumlah kehadiran peserta
2.	Rencana Aksi Berkelanjutan dalam pengembangan produk	1. Pengembangan produk inklusi untuk segmentasi masyarakat berkembang	
3.	Rencana Aksi Berkelanjutan untuk Tenaga Pemasar	1. Penerapan teknologi digital dalam perangkat penjualan 2. Penyampaian materi pelatihan melalui digital 3. Penggunaan materi promosi melalui cara digital	1. Tingkat utilisasi penggunaan perangkat penjualan digital oleh agen. 2. Tingkat utilisasi penggunaan Portal pelatihan secara digital oleh agen 3. Utilisasi penggunaan perangkat penjualan digital oleh agen.

4.	Rencana Aksi Berkelanjutan untuk Karyawan Perusahaan	1. Pengurangan penggunaan botol plastik di dalam lingkungan kantor 2. Pengurangan penggunaan kertas untuk dalam kepentingan pekerjaan dan persetujuan bisnis 3. Penerapan kesetaraan gender di semua lini perusahaan 4. Penerapan pelatihan secara digital 5. Sosialisasi literasi terkait dengan kesetaraan gender	1. Penurunan penggunaan air mineral kemasan 2. Banyaknya proses yang menggunakan system secara menyeluruh 3. Pengukuran insiden terjadinya diskriminasi gender 4. Proporsi jumlah pelatihan secara digital dari keseluruhan 5. Jumlah pelatihan yang diadakan
----	--	---	---

BAB VI

KINERJA KEBERLANJUTAN

6.1. Kegiatan Membangun Budaya Keberlanjutan

Dalam membangun budaya keberlanjutan di internal perusahaan, AXA Financial Indonesia telah melaksanakan beberapa inisiatif diantaranya :

- Program Work life balance dengan penerapan program pulang tepat waktu setiap hari Rabu
- Pemadaman lampu saat istirahat makan siang
- Penggunaan shuttle bus dari penyambung dari stasiun menuju kantor pusat
- Pengurangan penggunaan botol plastic dengan menyediakan dispenser di area meeting
- Sosialisasi penggunaan tumbler kepada karyawan
- Penerapan kesetaraan gender di semua lini perusahaan
- Sosialisasi literasi terkait dengan kesetaraan gender

6.2. Kinerja Ekonomi

Astra mencatatkan kinerja yang baik sepanjang tiga tahun terakhir, dimana terdapat peningkatan rasio RBC menjadi 326% di akhir tahun 2020, yang memperlihatkan rasio solvabilitas yang menunjukkan kesehatan keuangan perusahaan asuransi. Semakin besar RBC perusahaan tersebut. Dimana ketentuan batas minimal RBC dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sebesar 12%.

Kinerja AXA Financial Indonesia dalam 3 tahun terakhir (dalam jutaan rupiah).

*unaudited

No	Detail	2018	2019	2020*
1	Permodalan	150,000	150,000	150,000
2	Aset	6,088,571	6,154,966	6,395,814
3	Liabilitas	5,042,282	5,125,599	5,361,603
4	Pendapatan premi	1,398,681	1,374,020	1,312,796
5	Laba	50,215	15,078	10,167
6	RBC	359%	289%	326%

Kinerja yang tidak terkait dengan keuangan

No	Detail	2018	2019	2020
1	Produk baru	Jumlah produk baru per 31 Desember 2018 adalah 4 Produk	Jumlah produk baru per 31 Desember 2019 adalah 10 Produk	Jumlah produk baru per Desember 2020 adalah 2 Produk.
2	SDM	Jumlah SDM per 31 Desember 2018 adalah 309 orang.	Jumlah SDM per 31 Desember 2018 adalah 320 orang.	Jumlah SDM per Desember 2020 adalah 299 orang.
3	Jaringan kantor	Pembukaan : 8 Pindah alamat : 2	Pembukaan : 4 Pindah alamat : 3	Pembukaan : 8 Pemindahan alamat : 2

		Penutupan : 10	Penutupan : 5 Perubahan status : 1	Penutupan : 3
4	Tenaga Kerja Asing	Jumlah TKA per 31 Desember 2018 adalah nihil	Jumlah TKA per 31 Desember 2019 adalah nihil	Jumlah TKA per 31 Desember 2020 adalah nihil

6.2. Kinerja Sosial

6.2.1. Produk

No.	Nama Program	Alasan Prioritas	Uraian Kegiatan	Sumber Daya yang dibutuhkan (dana/mitra/SDM)	Penanggung Jawab
1.	Rencana Aksi Berkelanjutan dalam pengembangan produk	Memperluas penetrasi Asuransi agar masyarakat mendapatkan perlindungan Asuransi.	1. Pengembangan produk inklusi untuk segmentasi masyarakat berkembang	Realisasi: Dalam 3 tahun terakhir AXA terus melakukan pengembangan produk untuk dapat menjangkau dan mendukung inklusi keuangan di Indonesia. Pengembangan produk yang ditujukan untuk masyarakat berkembang sebanyak 2 produk di tahun 2020. Jenis produk Asuransi Mikro	Departemen Product Development

6.2.2. Ketenagakerjaan

No.	Nama Program	Alasan Prioritas	Uraian Kegiatan	Sumber Daya yang dibutuhkan (dana/mitra/SDM)	Penanggung Jawab
1.	Rencana Aksi Berkelanjutan untuk Karyawan Perusahaan	Mendukung inisiatif dalam menjaga dan mempertahankan kualitas lingkungan hidup	1. Penerapan kesetaraan gender di semua lini perusahaan	1. Persentasi perbandingan karyawan perempuan 56% dan Laki-laki 44% Seluruh jajaran Direksi dari AXA Financial Indonesia 100% perempuan	Departemen Human Capital

			2. Penerapan pelatihan karyawan secara digital 3. Sosialisasi literasi terkait dengan kesetaraan gender	Jajaran Manajemen Committee: 62% perempuan dan 38% Laki-laki Sepanjang tahun 2020 seluruh kegiatan pelatihan terhadap karyawan dilakukan secara digital Pelaksanaan literasi terkait gender : AXA Financial Indonesia menginisiasi dan berpartisipasi aktif dalam Program AXA Indonesia untuk mensosialisasikan dan mengedukasi terkait kekerasan di ranah privat bernama Aman Untuk Semua. Melakukan program I WILL (I'm a Woman in Incredible Leadership Lesson)	Departemen Marketing & Communications
--	--	--	---	--	--

6.2.3. Masyarakat

No.	Nama Program	Alasan Prioritas	Uraian Kegiatan	Sumber Daya yang dibutuhkan (dana/mitra/SDM)	Penanggung Jawab
1.	Rencana Aksi Berkelanjutan untuk Nasabah	Merujuk pada nilai-nilai perusahaan yang mengutamakan nasabah sebagai prioritas perusahaan .	1. Membuka akses inklusi melalui jalur dan produk digital	Realisasi: Dalam 3 tahun terakhir AXA terus melakukan pengembangan produk untuk dapat menjangkau dan mendukung inklusi keuangan di Indonesia. Selama tahun 2020, AXA Financial Indonesia melakukan kerja sama dengan 9 mitra digital untuk	Departemen Direct Marketing dan Partnership

			3. Pengenalan dan pelatihan produk finansial dan Asuransi kepada masyarakat (masyarakat mikro & berkembang, pemberdayaan perempuan, edukasi kepada generasi milenial)	memperluas akses inklusi keuangan terutama pada produk-produk asuransi. Partner: 1). Dana, 2). Shell, 3). NFRNDS, 4). Inkopdit, 5). Gigacover, 6). Qoala, 7). GoodDoctor, 8). We+, 9). CekAja Realisasi: Dalam 3 tahun terakhir pengenalan dan pelatihan mengenai jenis asuransi, perencanaan keuangan dan produk dilakukan secara rutin dan dilakukan melalui jalur virtual dan juga melalui digital. Dengan sasaran milenial dan masyarakat berkembang.	Departemen Marketing and Communications
2.	Rencana Aksi Berkelanjutan dalam pengembangan produk	Memperluas penetrasi Asuransi agar masyarakat mendapatkan perlindungan Asuransi.	2. Pengembangan produk inklusi untuk segmentasi masyarakat berkembang	Realisasi: Pengembangan produk yang ditujukan untuk masyarakat berkembang sebanyak 2 produk. Jenis produk Asuransi Mikro	Departemen Product Development

6.3. Lingkungan

No.	Nama Program	Alasan Prioritas	Uraian Kegiatan	Sumber Daya yang dibutuhkan (dana/mitra/SDM)	Penanggung Jawab
1.	Rencana Aksi Berkelanjutan untuk	Merujuk pada nilai-nilai perusahaan yang	Pengurangan penggunaan kertas pada pengiriman	Selama 3 tahun terakhir AXA Financial melakukan pengembangan terhadap	Departemen Operations

	Nasabah	mengutamakan nasabah sebagai prioritas perusahaan .	informasi dan buku polis	penerbitkan file softcopy sebagai pengganti surat printing maupun e-policy. Di tahun 2020 melanjutkan Penggunaan e-policy dengan persetujuan nasabah dan peraturan yang berlaku.	
2.	Rencana Aksi Berkelanjutan untuk Tenaga Pemasar	Merujuk pada strategi perusahaan dalam meningkatkan profesionalisme dan produktivitas tenaga pemasar	1. Penerapan teknologi digital dalam perangkat penjualan 2. Penyampaian materi pelatihan melalui digital	Realisasi: Selama 3 tahun terakhir AXA Financial Indonesia melakukan pengembangan terhadap <i>digital sales tools</i> yang dapat digunakan oleh agen. ADOPTION RATE AFI DNA 2020 SUBMIT FYP NON DNA : 121,3 BIO (61%) SUBMIT FYP DNA : 47,2 BIO (39%) SUBMIT CASE NON DNA : 10,226 (61%) SUBMIT CASE DNA : 3,954 (39%) Active Agent DNA Periode 2020 : Total 1,845 (25% dari AA Total telah submit menggunakan AFI DNA) Realisasi: Selama 3 Tahun terakhir, AXA financial Indonesia melakukan penyampaian materi pelatihan	Departemen Digital Transformation Sales Academy

			melalui tatap muka maupun digital. Dimana Penerapan materi pelatihan khusus untuk tenaga pemasar (agen) dilakukan secara digital sepanjang 2020. Pelatihan Non-mandatory sebanyak 8 kelas. Pelatihan mandatory sebanyak 1 kelas. Jumlah peserta pelatihan melalui digital sepanjang 2020. Pelatihan non-mandatory sebanyak 18,203 peserta dan pelatihan mandatory sebanyak 4,738 peserta. Realisasi Selama 3 Tahun terakhir, AXA financial Indonesia melakukan penyampaian materi promosi secara konvensional maupun digital. Seluruh promosi terkait brand, produk, layanan kepada nasabah dan masyarakat umum sepanjang tahun 2020 dilakukan melalui jalur digital (Social media, e-mail, SMS)	Departemen Marketing & Komunikasi
		3. Penggunaan materi promosi melalui cara digital		

3.	Rencana Aksi Berkelanjutan untuk Karyawan Perusahaan	Mendukung inisiatif dalam menjaga dan mempertahankan kualitas lingkungan hidup	1. Pengurangan penggunaan botol plastik di dalam lingkungan kantor 2. Pengurangan penggunaan kertas untuk kepentingan pekerjaan dan persetujuan bisnis	Realisasi: 1. Penggunaan botol plastic menurun 50% dengan diberlakukannya Work From Home (WFH) inisiatif AXA Lunch tidak diberlakukan 2. Penggunaan kertas per FTE menurun 92,75% dan menggunakan PEFC Certified Paper	Departemen Human Capital
----	--	--	--	---	---------------------------------

