



BERITA PERS

Jakarta, 19 April 2011

PRUDENTIAL TERUS BERTUMBUH DENGAN KUAT DAN BERKUALITAS

Posisi kuat didorong oleh kekuatan keuangan, keunggulan sumber daya manusia, dan inovasi yang konsisten

Kinerja bisnis 2010:

- Total pendapatan premi naik menjadi Rp 10,08 triliun – naik 38,9 persen dari tahun sebelumnya
- Pendapatan premi baru Rp 5,17 triliun, naik 60,3 persen dari 2009, 94 persen di antaranya dihasilkan oleh produk *unit-link*
- Pendapatan premi syariah Rp 1,3 triliun, naik 41,9 persen dari 2009
- Total dana kelolaan Rp 23,3 triliun, naik sebesar 46,8 persen dari 2009
- Total aset Rp 25,14 triliun, naik 45,2 persen dari 2009
- Menguasai 13,9 persen pangsa pasar untuk total pendapatan premi¹
- *Risk Based Capital (RBC)* yang kuat mencapai 766 persen, jauh melebihi ketentuan yang ditetapkan pemerintah RI sebesar 120 persen
- Total klaim yang dibayarkan mencapai Rp 635,3 miliar – naik 54,5 persen dari tahun sebelumnya²
- Laba setelah pajak Rp 2,3 triliun naik 45,4 persen dari tahun sebelumnya
- Total nasabah naik 21,7 persen mencapai lebih dari 1,1 juta pemegang polis dan lebih dari 85.000 tenaga pemasaran

Jakarta, 19 April 2011 – PT Prudential Life Assurance (Prudential Indonesia) dengan bangga mengumumkan pertumbuhan kuat di 2010 yang dicapai berkat beberapa faktor utama yang berdasar pada komitmen perusahaan untuk terus mendengar dan memahami apa yang dibutuhkan oleh pasar. Pertumbuhan ini terefleksikan melalui standar profesionalisme yang tinggi dan upaya inovasi-inovasi

¹ Sumber data: Laporan Keuangan AAJI Kuartal IV/2010

² Total klaim tidak termasuk *withdrawal*, *surrender* dan *maturity*

yang berdasar pada pemahaman dalam menyediakan produk dan layanan terbaik di kelasnya.

Prudential Indonesia mencatat Rp 5,17 triliun pendapatan premi baru di 2010, naik 60,3 persen dari 2009. Jika dibandingkan dengan kenaikan premi baru di industri asuransi jiwa Indonesia yang mencapai 30,32 persen³. Prudential Indonesia berhasil meraih angka pertumbuhan dua kali lipat lebih besar dari rata-rata pertumbuhan industri.

“Kinerja bisnis Prudential Indonesia yang kuat di 2010 didorong oleh kombinasi merek yang kuat, tenaga pemasaran dan staf yang memiliki profesionalitas tinggi, ketersediaan produk-produk yang sesuai dengan kebutuhan nasabah, kemampuan operasional yang semakin dikembangkan, serta kekuatan keuangan yang solid,” kata William Kuan, Presiden Direktur Prudential Indonesia. “Berdasar pada landasan-landasan yang kuat ini, Prudential Indonesia berada dalam posisi yang baik untuk meraih tujuan bisnisnya tahun ini,” ia menambahkan.

Di tahun 2011, Prudential Indonesia akan terus berkomitmen penuh untuk menjadikan jalur keagenan sebagai jalur distribusi utama, serta memperluas peluang bisnis lebih jauh bersama mitra perbankan perusahaan saat ini dan jaringan kemitraan lainnya. Prudential Indonesia juga berkomitmen untuk terus meningkatkan standar layanan beragam titik singgung dengan nasabah dan juga tenaga pemasaran, dalam rangka menyediakan produk dan layanan terbaik di kelasnya.

Prudential meneruskan komitmen tanggung jawab sosial perusahaan di Indonesia

Dengan pengalaman lebih dari 15 tahun, Prudential selalu berperan aktif dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat sebagai bagian dari perjalanan perusahaan dalam bertumbuh secara berkelanjutan. Prudential Indonesia secara aktif terlibat dalam berbagai inisiatif di bidang kesehatan, pendidikan dan peningkatan kemampuan pada anak-anak dan generasi muda, serta kesadaran finansial kepada para wanita melalui sejumlah program tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Program-program ini telah menjadi bagian penting dari pertumbuhan perusahaan dalam beberapa tahun terakhir.

³ Sumber data: Laporan Keuangan AAJI Kuartal IV/2010

“Kami percaya bahwa memberikan kembali kepada masyarakat bukan hanya sesuatu yang baik dilakukan, tetapi juga sesuatu yang harus dilakukan. Di Prudential, memberi kembali kepada masyarakat sekitar merupakan bagian dari salah satu nilai utama perusahaan yaitu peduli. Ini adalah komitmen yang kami lakukan di tingkat Grup, regional, dan tentu saja secara lokal di Indonesia,” ujar William.

Di tahun 2010, Prudential telah melaksanakan beberapa program CSR yang berarti dan berkelanjutan, seperti *Charity Walk* dengan 13.200 peserta, di mana para karyawan dan tenaga pemasaran perusahaan ikut berpartisipasi dan mengumpulkan dana sebesar Rp 3,4 miliar yang dialokasikan untuk empat yayasan dan instansi yang peduli pada generasi muda. Prudential juga membantu untuk membangun kembali Surau Rambai di Padang sebagai bagian dari bantuan berkelanjutan untuk para korban bencana gempa bumi 2009, sehingga mereka dapat melanjutkan kehidupannya. Selain itu, Prudential juga berkomitmen dalam pemberdayaan wanita melalui pelaksanaan program kesadaran finansial, serta komitmen untuk mendukung anak-anak jalanan melalui kerja sama dengan Prestasi Junior Indonesia.

###

Mengenai Prudential plc dan Prudential Corporation Asia

Prudential plc adalah sebuah grup jasa keuangan internasional terkemuka yang menyediakan jasa keuangan dan pengelolaan dana di pasar-pasar pilihan: Inggris, Amerika, Asia dan Eropa kontinental.

Prudential telah menyediakan jasa asuransi jiwa di Inggris selama 160 tahun dan memiliki produk investasi jangka panjang terbesar di Inggris selama lebih dari satu abad. Saat ini, Prudential memiliki lebih dari 22 juta nasabah di seluruh dunia dan mengelola dana lebih dari **£340 miliar** (Rp4,782 triliun sampai dengan 31 Desember 2010 - angka terakhir yang dipublikasikan).

Di Asia, Prudential Corporation Asia (PCA) menyediakan produk-produk yang memenuhi kebutuhan akan tabungan, perlindungan dan investasi nasabah, serta merupakan grup perusahaan keuangan terdepan yang menyediakan produk-produk dan pelayanan yang sesuai kebutuhan nasabah yang telah berpengalaman lebih dari 86 tahun.

Prudential memiliki asuransi jiwa yang beroperasi di 12 negara - China, Hong Kong, India, Indonesia, Jepang, Korea, Malaysia, Filipina, Singapura, Taiwan, Thailand dan Vietnam. Perusahaan memiliki sejarah geografis luas dengan operasional pengelolaan dana di 10 negara - China, Hong Kong, India, Jepang, Korea, Malaysia, Singapura, Taiwan, Vietnam dan Uni Emirat Arab.

Total Penjualan Prudential Corporation Asia berdasarkan Annualized Premium Equivalent (APE) di Asia (sampai 31 Desember 2010) mencapai **£1,4 (Rp21 triliun)**. Prudential di Asia didukung oleh lebih dari 340,000 jaringan tenaga pemasaran dan karyawan yang melayani kebutuhan keuangan lebih dari 10 juta nasabah di wilayah ini.

Mengenai PT Prudential Life Assurance (Prudential Indonesia)

Didirikan pada tahun 1995, Prudential Indonesia merupakan bagian dari Prudential plc, group jasa keuangan berbasis di London, Inggris, yang memiliki pengalaman lebih dari 160 tahun. Dengan menggabungkan pengalaman internasional Prudential di bidang asuransi jiwa dengan pengetahuan tata cara bisnis lokal, Prudential Indonesia memiliki komitmen untuk mengembangkan bisnisnya di Indonesia.

Sejak meluncurkan produk asuransi yang dikaitkan dengan investasi (unit link) pertamanya di tahun 1999, Prudential Indonesia merupakan pemimpin pasar untuk produk tersebut di Indonesia. Di samping itu, Prudential Indonesia juga menyediakan berbagai produk yang dirancang untuk memenuhi dan melengkapi setiap kebutuhan para nasabahnya di Indonesia.

Dari data terakhir per 31 Desember 2010, Prudential Indonesia memiliki 7 kantor pemasaran (Jakarta, Medan, Surabaya, Bandung, Denpasar, Batam dan Semarang) dan 219 kantor keagenan (termasuk di Jakarta, Surabaya, Medan, Bandung, Yogyakarta, Batam dan Bali). Prudential Indonesia memiliki lebih dari 85.000 jaringan tenaga pemasaran berlisensi yang melayani lebih dari 1,1 juta nasabah.

Untuk informasi lebih lanjut, silahkan menghubungi:

Nini Sumohandoyo

Corporate Marketing & Communications Director

PT Prudential Life Assurance

Prudential Tower

Jl. Jend. Sudirman Kav. 79

Jakarta 12910

Phone : 021 2995 8888

Faximile : 021 2995 8855

E-mail : nini.sumohandoyo@prudential.co.id