

Laporan Manajemen

Management Report

Alhamdulillah, pada tahun 2007, PT Syarikat Takaful Indonesia (Perusahaan) telah menorehkan kinerja usaha yang menggembirakan. Pencapaian ini ditunjang oleh kondisi lingkungan yang kondusif dan kekuatan internal yang mendukung.

Faktor lingkungan dipengaruhi oleh kondisi ekonomi makro yang kondusif pada tahun 2007 serta kinerja industri asuransi secara keseluruhan yang terus meningkat. Sejalan dengan itu, lembaga-lembaga berbasis syariah seperti perbankan, lembaga pembiayaan dan pasar modal pun berkembang pesat. Ini menjadi peluang tersendiri bagi asuransi syariah untuk tumbuh lebih cepat. Tahun lalu, sedikitnya telah hadir empat pemain baru yang meramaikan industri asuransi syariah.

Hingga akhir tahun 2007, tercatat ada 42 asuransi syariah, yaitu 3 perusahaan asuransi syariah penuh dan 39 unit usaha syariah (divisi). Pangsa pasar asuransi syariah pun dari tahun ke tahun terus meningkat. Seperti pada 2006 pangsa pasarnya sebesar 1,1% meningkat dari tahun sebelumnya sebesar 0,9%.

Sementara itu, dukungan internal diperoleh dengan dilakukannya serangkaian langkah strategis yang bertumpu pada pengembangan produk inovatif berdasarkan kebutuhan pasar, peningkatan layanan, pengembangan sejumlah jalur distribusi alternatif, operasional Perusahaan yang efektif dan efisien, serta peningkatan kualitas sumber daya insani. Berbagai langkah strategis itu telah meningkatkan daya saing Perusahaan di tengah kompetisi yang makin ketat.

Mempercepat Laju Pertumbuhan Kinerja Perusahaan

Pada tahun 2007, pertumbuhan Perusahaan membukukan peningkatan laba bersih sebesar 22,5% dari Rp 8,01 miliar pada tahun 2006 menjadi Rp 9,81 miliar pada tahun 2007. Peningkatan tersebut ditopang oleh kenaikan total pendapatan kontribusi bruto pada tahun 2007 yang mencapai Rp 352,01 miliar atau melonjak 47,7% dibanding perolehan kontribusi pada tahun sebelumnya sebesar Rp 238,39 miliar. Pendapatan hasil investasi juga meningkat sebesar 72,4% dari Rp 26,12 miliar pada tahun 2006 menjadi Rp 45,03 miliar pada tahun 2007.

Total kontribusi bruto Perusahaan merupakan gabungan dari kontribusi bruto Takaful Keluarga, yaitu sebesar 71% atau senilai Rp 249,93 miliar dan Takaful Umum sebesar 29% atau senilai Rp 102,87 miliar.

Perolehan total kontribusi bruto Perusahaan ini berada di atas pertumbuhan industri asuransi. Hal tersebut menjadi prestasi tersendiri di tengah persaingan industri asuransi yang semakin ketat. Prestasi ini juga menjadi momentum berharga bagi pertumbuhan dan perkembangan Perusahaan sekaligus menunjukkan kepercayaan yang semakin meningkat dari masyarakat, khususnya para nasabah.

Praise be to Allah, PT Syarikat Takaful Indonesia (the Company) has experienced an exceptionally strong business growth in 2007. The achievement was fully supported by the conducive external factors and the Company's internal strength.

The external factors were influenced by the macro economic condition, which remained positive in 2007, and the robust growth of the insurance industry. Parallel to that, significant growth was also evident in other syariah compliance institutions such as banking, finance and the capital market; creating a distinctive opportunity for syariah insurance to capitalize on. The year also saw at least four new players in the syariah insurance industry.

There were altogether 42 syariah insurance companies by the end of 2007, namely 3 fully practicing syariah insurance companies and 39 syariah divisions. The market share for syariah insurance itself has increased from 0.9% in 2005 to 1.1% in 2006.

In complement, the internal supporting factors were more concentrated on the implementation of strategic business policies focusing on the development of innovative products based on market needs, enhancement in the quality in services rendered, development of alternative distribution infrastructures, development of more effective and efficient Company's work operation, and improvement in the human resources quality. The various strategic measures taken have succeeded in aiding the Company to sharpen its competitive edge and respond more proactively to the

Enhancing Company's Performance

For the year 2007, Takaful Indonesia recorded a significant 22.5% growth in the Company's net income, increasing from Rp 8.01 billion in 2006 to Rp 9.81 billion in 2007. The increase was led by the 47.7% growth in the gross contribution income which jumped to Rp 352.01 billion, as compared to Rp 238.39 billion the previous year. Investment income has also increased by 72.4% from Rp 26.12 billion in 2006 to Rp 45.03 billion in 2007.

The gross contribution of the Company was attributed 71% from Takaful Keluarga, Rp 249.93 billion and 29% from Takaful Umum, Rp 102.87 billion.

The growth of the Company's gross contribution revenue surpassed the growth registered by the industry itself. This outstanding performance, achieved amid intense competition between the syariah insurance players, put Takaful Indonesia in distinctively outstanding position, building an invaluable momentum to spur the Company's future growth and development. This achievement also affirmed the increasing trusts put forth in the Company, from the public in general and the customers in particular.

Menggarap Pasar Lebih Agresif

Agar dapat merebut dan menerobos pangsa pasar serta mendominasi industri asuransi di Indonesia, Perusahaan terus melakukan inovasi produk yang berorientasi pada kebutuhan nasabah namun tetap sejalan dengan ketentuan syariah. Perusahaan juga berupaya untuk merevitalisasi produk yang ada seiring dengan perkembangan pasar, diimbangi dengan peningkatan pelayanan yang prima.

Pada tahun 2007, Takaful Keluarga meluncurkan produk baru bernama Takafulink Alia, sebuah produk inovatif yang memadukan unsur proteksi dan investasi berbasis syariah. Sejak diluncurkan pada Mei 2007, respon masyarakat terhadap produk ini cukup tinggi dengan membukukan kontribusi sebesar Rp 31,34 miliar.

Selain itu, Takaful Keluarga juga meluncurkan tiga produk terbarunya yaitu Takaful Ukhuwah, Syariah Investa Link, dan Tapenas (Tabungan Perencanaan Sekolah). Kedua produk yang disebut terakhir merupakan produk bancatakaful yang dipasarkan melalui bank.

Takaful Ukhuwah merupakan asuransi murni untuk kematian dan kecelakaan. Pemasarannya bekerjasama dengan PT Pos Indonesia (Persero) yang memiliki jaringan pemasaran yang luas, hingga masuk ke pelosok daerah setingkat kecamatan di seluruh Indonesia sehingga dapat memberikan kemudahan layanan kepada para nasabah dalam melakukan pembayaran kontribusi.

Sedangkan Syariah Investa Link merupakan produk asuransi plus investasi dan Tapenas merupakan produk tabungan pendidikan. Produk-produk yang dihadirkan tersebut diharapkan menjadi produk unggulan di masa yang akan datang.

Revitalisasi terhadap produk yang sudah diluncurkan terus dilakukan dan disesuaikan dengan kondisi pasar. Ini dilakukan oleh Takaful Umum terhadap sejumlah produk unggulan, seperti Takaful Baituna (asuransi rumah), Takaful Abror (asuransi kendaraan bermotor), dan Takaful Tamwil (asuransi kredit).

Takaful Tamwil merupakan produk inovatif yang belum banyak dipasarkan pemain lain. Produk yang diluncurkan sejak tahun 2006 ini memberikan perlindungan atas kredit yang dimiliki nasabah seperti pembiayaan murabahah. Pemasaran produk ini hanya melalui korporasi seperti perbankan, koperasi dan perusahaan pembiayaan lainnya.

Memperkokoh Sumber Daya Insani

Untuk menghadapi kondisi bisnis yang dinamis, Perusahaan terus memperkuat sumber daya insani yang ada di dalamnya. Ini merupakan langkah berkelanjutan dari tahun-tahun sebelumnya. Pada tahun 2007, manajemen Takaful Indonesia memperkenalkan Performance Management System (PMS), sebuah pola penilaian kinerja Perusahaan dan karyawan yang lebih komprehensif. Pola yang dicanangkan sejak tahun 2006 ini dipakai setelah diterapkannya Balance Score Card, sebuah pendekatan terpadu dalam menilai kinerja perusahaan.

Braving The Highly Robust Market

To seize greater market opportunities and wider market penetration the market, Takaful Indonesia continuously engages in product innovations that are both able to fulfill the sophisticated and differentiated demands of the customers, and in tandem with the syariah regulations. At the same time, the Company also revitalizes its existing products, in addition to offering more prime services to its customer.

In 2007, Takaful Keluarga launched Takafulink Alia, a new and innovative product which combined both the element of protection and investment based on the syariah principles. Takafulink Alia was well-received by the customers and recorded a staggering contribution of Rp 31.34 billion.

In addition, Takaful Keluarga also launched three new products, namely Takaful Ukhuwah, Syariah Investa Link and Tapenas (Educational Saving Plan). The last two are bancatakaful products which are marketed through banks.

Takaful Ukhuwah, an insurance product covering fatality and accident, is distributed in co-operation with PT Pos Indonesia (Persero), to capitalize on their wide marketing network, reaching all over the country including remote areas. Undoubtedly, this co-operation would offer customers more ease of doing business.

On the other hand, Syariah Investa Link serves as both insurance and investment products, whereas Tapenas focuses on educational saving. All these products, which were launched, are hoped to be the hallmark in the insurance market.

Products revitalization is an ongoing effort, to ensure their adaptability to the changing market needs. Takaful Umum constantly innovates with several of its best-selling products, such as Takaful Baituna (household insurance), Takaful Abror (vehicle insurance) and Takaful Tamwil (credit insurance).

Takaful Tamwil, for instance, is an innovative product still new to other insurance players. The product, which was launched in 2006, offers protection against credit lent out to customers, such as murabahah financing. This product is marketed through corporation, such as banks, co-operatives, and other financial institutions.

Strengthening the Human Resources

In the face of dynamic business conditions, Takaful Indonesia continues to focus on its internal capabilities, namely the human capital development. The year 2007 the management of Takaful Indonesia introducing a more comprehensive assessment method, called Performance Management System (PMS), to evaluate employee's work performance more effectively. Prior to that, the Balance Score Card method, an integrated approach to evaluate the Company's performance was implemented since 2006.

Untuk memacu produktivitas, profesionalisme sumber daya manusia terus ditingkatkan, baik di tingkat pusat maupun kantor pemasaran. Pada tahun lalu perusahaan telah mengadakan serangkaian pelatihan terpadu dan intensif dengan tujuan untuk mengembangkan sumber daya manusia perusahaan.

Salah satu wujud dari peningkatan profesionalisme itu adalah juga dengan dibentuknya Tim Pemasaran Khusus atau lebih dikenal dengan sebutan MDRT (Million Dollar Round Table). Tim ini disiapkan untuk menggarap nasabah potensial, khususnya dari segmen menengah ke atas. Dalam perjalanannya, Tim ini mampu menunjukkan kinerja yang memuaskan dengan memberikan sumbangan yang signifikan sehingga manajemen berkeinginan untuk terus mengembangkannya.

Menjangkau Lebih Banyak Nasabah

Pengembangan jaringan distribusi sebagai aspek penting dalam memasarkan sebuah produk, menjadi skala prioritas perusahaan. Hal ini merupakan upaya perusahaan untuk menjangkau nasabah lebih dekat sekaligus memudahkan nasabah dalam melakukan pembayaran kontribusi.

Langkah pengembangan yang dilakukan adalah dengan meningkatkan produktivitas kantor pemasaran dan para agen, membuat jaringan baru seluas-luasnya, dan melakukan kerja sama dengan lembaga lain.

Hingga tahun lalu, Takaful Indonesia telah memiliki 39 kantor pemasaran yang tersebar di kota-kota besar di seluruh Indonesia. Pada tahun 2007, Perusahaan lebih memfokuskan diri pada optimalisasi kantor pemasaran yang telah ada agar lebih produktif sekaligus meningkatkan profesionalisme para karyawannya.

Hal ini juga terjadi pada para agen Takaful Indonesia yang saat ini berjumlah 1.600 agen dari Takaful Keluarga dan 200 agen dari Takaful Umum. Mereka dirangsang agar lebih agresif menggaet nasabah melalui kontes agency yang diselenggarakan Perusahaan.

Yang tidak kalah penting dilakukan di 2007 adalah perluasan jaringan (networking). Upaya yang dilakukan adalah membuat Takaful Authorized Agency (TAA) yang telah diperkenalkan sejak tahun 2006. Dengan kehadiran TAA, Takaful Indonesia diharapkan dapat melayani masyarakat dengan lebih maksimal.

Jalinan kerja sama dengan perusahaan lain seperti Perbankan, Telkomsel, Baznas dan yang lainnya terus digarap melalui produk co-branding.

Meningkatkan Efisiensi Bisnis

Dalam upaya penyempurnaan serta standarisasi sistem dan prosedur dari berbagai proses bisnis, manajemen juga terus berupaya untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional yang dipadukan dalam sebuah program yang disebut Enterprise Cost Reduction (ECR). Hasilnya menggembirakan, Perusahaan mampu melakukan efisiensi, khususnya biaya operasional yang menurun secara signifikan.

Improvement in terms of higher standard of professionalism both at the Company's head office and branches have become even more crucial. Last year, the Company responded to this call by undertaking a series of integrated and intensive trainings, mainly aimed at developing the company's human capital.

This led to the formation of a Special Marketing Team or better known as the MDRT (Million Dollar Round Table), who are trained to handle potential customers from the middle to upper market segment. Since its formation, the Team has displayed remarkable performances and has contributed significantly to the Company's growth, spurring the Company to continue this program further.

Reaching Out To More Customers

Expanding distribution network is indisputably very important in marketing products, hence the Company's top priority has always been to continue developing its network for deeper reach and wider coverage, in addition to offering customers greater ease of doing business.

The steps taken by the Company for network expansion was to maximize the productivity of the Company's branches and agents, create new distribution channels and establish co-operations with other institutions.

Until last year, Takaful Indonesia had established 39 branches in cities all over Indonesia. The Company's focus for 2007 was more on optimizing the performance of existing branch offices as well as raising each and every employees standard of professionalism.

Similar strategy was also directed towards all Takaful Indonesia's agents, of which 1,600 were with Takaful Keluarga and 200 with Takaful Umum. The Company organized several agency contests to motivate the agents to be more persistent in attracting new customers.

Other important strategy taken to expand business networking was to continue the implementation of Takaful Authorized Agency (TAA), which was introduced in 2006. With TAA, it is hoped that Takaful Indonesia would be able to continue offering the best services to the public.

Simultaneously, collaboration with other business partners, like banks, Telkomsel and Baznas, continue to be developed through product co-branding.

Enhancing Business Efficiency

In its effort to streamline and standardize the systems and procedures from the various business processes, the Company implemented the Enterprise Cost Reduction (ECR) program, aimed to further enhance operational efficiency and effectiveness. The program was highly rewarding, resulting in the Company's increased overall efficiency and significant contraction in operational cost.

Memaksimalkan Teknologi Informasi

Dukungan Teknologi Informasi (TI) sangatlah penting untuk mempercepat proses bisnis dan memberikan pelayanan terbaik bagi nasabah. Perusahaan terus melakukan peningkatan peran TI, baik infrastruktur maupun sumber daya insaninya. Termasuk produk-produk berbasis TI seperti yang telah diluncurkan adalah Takaful Safari dan FullProtek.

Takaful Keluarga memiliki sistem TI yang disebut SMART (Sistem Manajemen Asuransi Takaful). Sedangkan Takaful Umum memiliki GTS (General Takaful System). Kedua sistem TI yang terpisah ini telah dibangun sejak lama dan terus ditingkatkan kemampuannya dari tahun ke tahun.

Keandalan sistem TI Perusahaan ini sudah teruji. Contohnya, untuk penerimaan menjadi nasabah baru Takaful bisa dilakukan secara online dan seketika. Artinya, secara otomatis, sertifikat polis bisa diproses lebih cepat dan diterima lebih awal oleh nasabah.

Selain itu, Perusahaan juga memberikan layanan sistem online melalui jaringan PT Pos Indonesia untuk pembayaran premi dari nasabah dan penjualan beberapa produk pilihan.

Ke depan, Takaful Indonesia juga akan terus memaksimalkan sistem TI dengan mengintegrasikan sistem SMART & GTS.

Penghargaan yang Diraih

Kerja keras seluruh Sumber Daya Insani (SDI) Takaful Indonesia yang didukung dengan sejumlah strategi bisnis, telah membuahkan sejumlah penghargaan dari berbagai pihak. Penghargaan tersebut tidak hanya menjadi tolak ukur keberhasilan kinerja Perusahaan, tetapi merupakan pengakuan dari pihak luar sekaligus menjadi cambuk untuk terus melangkah lebih baik lagi.

Sepanjang tahun 2007, Takaful Indonesia meraih tiga penghargaan bergengsi. Takaful Keluarga memperoleh penghargaan "Kinerja Keuangan tahun buku 2006 dengan predikat Sangat Bagus" dari Majalah InfoBank sekaligus menduduki peringkat pertama untuk kategori "Perusahaan Asuransi Jiwa berpremi bruto di bawah 200 miliar". Takaful Keluarga juga memperoleh penghargaan Best Syariah 2007 untuk kategori "Asuransi Jiwa Syariah Terbaik" dari Majalah Investor.

Sedangkan Takaful Umum, memperoleh penghargaan Best Syariah 2007 untuk kategori "Pemain Utama Asuransi Umum Syariah" dari Majalah Investor.

Maximizing the Use of Information Technology

Information technology (IT) plays an important role in accelerating the business processes as well as and as a mean to provide customers with a better services. In tandem with this, the Company makes an effort to strengthen its human capital resources and the overall infrastructure supporting the development of IT. This also applies to IT-based products which has already been launched like Takaful Safari and FullProtek.

Currently, Takaful Keluarga owns and operates on an IT system called SMART (Takaful Insurance Management System), whereas Takaful Umum uses GTS (General Takaful System). Both systems were initially developed separately and had been in used for quite a while. At the same time, the systems are continuously improved from year to year for greater efficiency.

To date, the systems proved to be excellent. For instance, the process for registering new customers can easily and instantly be carried out, enabling the Company to process the application faster and issue insurance certificates to customers sooner.

In addition, the Company also provides an online service system through PT Pos Indonesia network. This enables customers to pay their contributions on line and at the same time allows the company to market a few selected products more effectively.

Looking forward, the Company will continue to capitalize on the dynamism of IT by integrating the SMART & GTS systems.

The Achievements

Combined efforts of the entire members of Takaful Indonesia, and the successful implementation of the various business strategies have not gone unnoticed. This has resulted in the Company's achieving a number of recognitions from several parties, which served not only as indicators of the Company's superb performance but also as an accolade from others. Undoubtedly, the recognitions would take the Company's forward to a build on the progress already made.

Throughout 2007, Takaful Indonesia had achieved three prestigious awards. First, the recognition from InfoBank Magazine for Asuransi Takaful Keluarga as the "Excellent Financial Performance 2006" which simultaneously put the Company at the first position for "Life Insurance Company with Gross Contribution under 200 Billion". In addition to that, Takaful Keluarga was also chose as the Best Syariah 2007 under the category of "The Best Syariah Life Insurance" by Investor Magazine.

Takaful Umum was also aptly awarded by Investor Magazine, as the Best Syariah 2007 under the category of "The Main Player in the Syariah General Insurance".

Melaju ke Depan

Dengan serangkaian langkah bisnis dan inisiatif strategis yang dijalankan, pencapaian kinerja Takaful Indonesia sangat mengesankan pada tahun 2007. Pencapaian yang diraih tahun lalu itu menjadi landasan yang kokoh untuk melaju ke depan agar Takaful Indonesia yang sudah berumur 14 tahun sejak berdirinya bisa tetap dominan di industrinya.

Potensi perkembangan asuransi, baik syariah maupun konvensional, masih terbuka lebar karena penetrasi di bawah 10% masih relatif kecil, di banding jumlah penduduk Indonesia yang besar. Ini sebuah peluang sekaligus tantangan untuk digarap lebih baik. Edukasi pun sangat diperlukan untuk membangun kesadaran masyarakat akan pentingnya proteksi bagi mereka agar kualitas hidupnya bisa lebih baik.

Menapaki masa depan, Takaful Indonesia sebagai pionir industri asuransi syariah di Indonesia akan terus melancarkan serangkaian langkah bisnis agar tetap menjadi pemain utama dalam industri syariah.



Saiful Yazan Ahmad

Direktur Utama | President Director
PT Syarikat Takaful Indonesia



Shakti Agustono Rahardjo

Direktur Utama | President Director
PT Asuransi Takaful Umum



Agus Edi Sumanto

Direktur Utama | President Director
PT Asuransi Takaful Keluarga

Leading The Way

Thanks to the implementation of a series of business strategies and initiatives, Takaful Indonesia experienced a very impressive growth in 2007. The achievements serve as a solid platform for the Company, which has been in business for 14 strong years, to continue venturing forward and remain prominent in the industry.

Needlessly to say, there remains tremendous potential for both the syariah and conventional insurance to expand further, as the present penetration rate is still relatively low, which is below 10% of the country's population. This open doors to both opportunities and challenges for the insurance players. Ultimately, it is crucial to educate the public to raise their awareness and appreciation of the importance of insurance protection in enhancing the quality of their life.

Moving forward, Takaful Indonesia as the pioneer of syariah insurance provider in Indonesia will continue to implement effective business strategies to continue being the key player in the syariah industry.