



LAMPIRAN

Lampiran 1: Sampel Penelitian

Daftar sampel penelitian yang digunakan untuk studi kasus sesuai Klasifikasi Industri Perusahaan Tercatat PT Bursa Efek Indonesia per tanggal 19 Januari 2021.

No.	Kode	Nama	Sektor	Nama Sektor	Sub-Industri	Nama Sub-Industri	Instrumen
1	AKRA	AKR Corporindo Tbk.	A	Energy	A112	Oil and Gas Storage and Distribution	Saham dan Obligasi
2	INTP	Indocement Tunggul Prakarsa Tbk.	B	Basic Materials	B121	Construction Materials	Saham
3	ASII	Astra International Tbk.	C	Industrials	C311	Multi-sector Holdings	Saham
4	UNVR	Unilever Indonesia Tbk.	D	Consumer Non-Cyclicals	D421	Personal Care Products	Saham

Lampiran 2: Emiten Konsisten Menerbitkan Laporan Keberlanjutan

Daftar perusahaan yang secara konsisten menerbitkan Laporan Keberlanjutan tahun 2018-2020 menggunakan Standar GRI 2016.

No.	Kode	Nama Emiten	Kode Indeks	Tautan Unduh Laporan Keberlanjutan
1	AKRA	AKR Corporindo Tbk.	IDXENERGY	https://www.akr.co.id/sustainability-report
2	BUMI	Bumi Resources Tbk.	IDXENERGY	http://www.bumiresources.com/en/sustainability#reports
3	ELSA	Elnusa Tbk.	IDXENERGY	https://www.elnusa.co.id/sustainability-report
4	INDY	Indika Energy Tbk.	IDXENERGY	https://www.indikaenergy.co.id/investors/sustainability-report/
5	ITMG	Indo Tambangraya Megah Tbk.	IDXENERGY	https://itmg.co.id/en/sustainability/sustainability-report
6	MEDC	Medco Energi Internasional Tbk.	IDXENERGY	https://www.medcoenergi.com/en/subpagelist/view/36



7	PGAS	Perusahaan Gas Negara Tbk.	IDXENERGY	https://ir.pgn.co.id/financial-information#sustainability
8	PTBA	Bukit Asam Tbk.	IDXENERGY	https://www.ptba.co.id/laporan/laporan-keberlanjutan
9	PTRO	Petrosea Tbk.	IDXENERGY	https://www.petrosea.com/investor/sustainability-report/
10	ANTM	Aneka Tambang Tbk.	IDXBASIC	https://antam.com/en/reports/csr-related-reports
11	INCO	Vale Indonesia Tbk.	IDXBASIC	http://www.vale.com/indonesia/EN/sustainability/report-id/Pages/default.aspx
12	INTKP	Indah Kiat Pulp & Paper Tbk.	IDXBASIC	https://asiapulppaper.com/in/policies-and-documents
13	INRU	Toba Pulp Lestari Tbk.	IDXBASIC	https://www.tobapulp.com/keberlanjutan-3/#laporan
14	INTP	Indocement Tunggal Prakarsa Tbk.	IDXBASIC	https://www.indocement.co.id/Investor/Laporan-dan-Presentasi/Laporan-Keberlanjutan
15	MDK	Merdeka Copper Gold Tbk.	IDXBASIC	https://merdekacoppergold.com/keberlanjutan/laporan-keberlanjutan/
16	SMCB	Solusi Bangun Indonesia Tbk.	IDXBASIC	https://solusibangunindonesia.com/laporan-berkelanjutan/
17	SMGR	Semen Indonesia (Persero) Tbk.	IDXBASIC	https://sig.id/en/investor/annual-report/
18	TINS	Timah Tbk.	IDXBASIC	https://timah.com/blog/report/sustainability-report.html
19	TKIM	Pabrik Kertas Tjiwi Kimia Tbk.	IDXBASIC	https://asiapulppaper.com/in/policies-and-documents
20	WSBP	Waskita Beton Precast Tbk.	IDXBASIC	https://investor.waskitaprecast.co.id/sustainability_reports.html
21	WTO	Wijaya Karya Beton Tbk.	IDXBASIC	https://www.wika-beton.co.id/laporan-berkelanjutan/ind
22	ABM	ABM Investama Tbk.	IDXINDUST	http://www.abm-investama.com/menu/31/sustainability-report
23	ASII	Astra International Tbk.	IDXINDUST	https://sustainability.astra.co.id/
24	BNBR	Bakrie & Brothers Tbk	IDXINDUST	https://bakrie-brothers.com/id/investors/annual-report/
25	UNTR	United Tractors Tbk.	IDXINDUST	https://www.unitedtractors.com/laporan-keberlanjutan/
26	AALI	Astra Agro Lestari Tbk.	IDXNONCYC	https://www.astra-agro.co.id/en/sustainability-policy/

1. Ditaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



27	ANJT	Austindo Nusantara Jaya Tbk.	IDXNONCYC	https://www.anj-group.com/en/sustainability-report
28	BWPT	Eagle High Plantations Tbk.	IDXNONCYC	https://www.eaglehighplantations.com/id/investor/keberlanjutan
29	JPFA	Japfa Comfeed Indonesia Tbk.	IDXNONCYC	https://www.japfacomfeed.co.id/id/investors/sustainability-report
30	MLBI	Multi Bintang Indonesia Tbk.	IDXNONCYC	https://multibintang.co.id/id/sustainability
31	SSMS	Sawit Sumbermas Sarana Tbk.	IDXNONCYC	https://ssms.co.id/en/sustainability
32	UNVR	Unilever Indonesia Tbk.	IDXNONCYC	https://www.unilever.co.id/planet-and-society/laporan-keberlanjutan/
33	KLBF	Kalbe Farma Tbk.	IDXHEALTH	https://www.kalbe.co.id/id/laporan-keberlanjutan
34	PEHA	Phapros Tbk.	IDXHEALTH	https://www.phapros.co.id/laporan-keberlanjutan
35	SIDO	Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk.	IDXHEALTH	https://www.sidomuncul.co.id/id/sustainability_report.html
36	BBCA	Bank Central Asia Tbk.	IDXFINANCE	https://www.bca.co.id/en/tentang-bca/Hubungan-Investor/laporan-presentasi/Laporan-Keberlanjutan
37	BBKP	Bank Bukopin Tbk.	IDXFINANCE	https://www.bukopin.co.id/page/laporan-tahunan
38	BBNI	Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk.	IDXFINANCE	https://www.bni.co.id/id-id/perseroan/hubungan-investor/laporan-presentasi/lang/id-id
39	BBRI	Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk.	IDXFINANCE	https://www.ir-bri.com/sustainability_reports.html
40	BBTN	Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk.	IDXFINANCE	https://www.btn.co.id/id/Investor-Relation-Home
41	BJBR	Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk.	IDXFINANCE	https://www.bankbjb.co.id/page/laporan-berkelanjutan
42	BJTM	Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Tbk.	IDXFINANCE	https://bankjatim.id/en/bankjatim-peduli/reporting
43	BMRI	Bank Mandiri (Persero) Tbk.	IDXFINANCE	https://bankmandiri.co.id/web/ir/annual-reports

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



44	BNGA	Bank CIMB Niaga Tbk.	IDXFINANCE	https://investor.cimbniaga.co.id/sustainability_reports.html
45	BNII	Bank Maybank Indonesia Tbk.	IDXFINANCE	https://www.maybank.co.id/corporateinformation/csr/sustainability-repots
46	BNLI	Bank Permata Tbk.	IDXFINANCE	https://www.permatabank.com/id/tentang-kami/hubungan-investor#!/Laporan-Keberlanjutan
47	BRIS	Bank BRIsyariah Tbk.	IDXFINANCE	https://ir.bankbsi.co.id/sustainability_reports.html
48	PRO	PP Properti Tbk.	IDXPROPERT	https://pp-properti.com/informasi-investor/laporan-tahunan
49	ADHI	Adhi Karya (Persero) Tbk.	IDXINFRA	https://adhi.co.id/laporan-keberlanjutan/
50	EXCL	XL Axiata Tbk.	IDXINFRA	https://www.xlaxiata.co.id/id/keberlanjutan
51	JSMR	Jasa Marga (Persero) Tbk.	IDXINFRA	https://investor-id.jasamarga.com/sustainability_reports.html
52	PTPP	PP (Persero) Tbk.	IDXINFRA	https://www.ptpp.co.id/sustainability/report
53	TOTL	Total Bangun Persada Tbk.	IDXINFRA	http://www.totalbp.com/media/8/sustainability-report/en
54	WIKA	Wijaya Karya (Persero) Tbk.	IDXINFRA	https://www.wika.co.id/file/sustainability-report
55	WSKT	Waskita Karya (Persero) Tbk.	IDXINFRA	https://investor.waskita.co.id/sustainability_reports.html
56	ASSA	Adi Sarana Armada Tbk.	IDXTRANS	https://www.assa.id/page/22/laporan-tahunan?tahun=all&judul=Laporan+Keberlanjutan
57	GIAA	Garuda Indonesia (Persero) Tbk.	IDXTRANS	https://www.garuda-indonesia.com/id/id/investor-relations/annual-report-dan-sustainability-report/sustainability-report

Lampiran 3: Perbandingan Antar Sektor Industri

Perbandingan perusahaan berdasarkan sektor industri yang menerbitkan Laporan Keberlanjutan sesuai Standar GRI 2016.

Sektor	2018	2019	2020	Konsisten Selama 2018-2020	Total Emiten Terdaftar BEI
IDXENERGY	10	13	16	9	66
IDXBASIC	13	15	19	12	86
IDXINDUST	4	7	16	4	50
IDXNONCYC	9	10	13	7	87
IDXCYCLIC	3	2	5	0	122



IDXHEALTH	3	4	5	3	21
IDXFİNANCE	13	20	25	12	105
IDXPROPERT	1	2	4	1	77
IDXTECHNO	0	0	0	0	17
IDXINFRA	8	11	14	7	56
IDXTRANS	2	2	2	2	26
Total	66	86	119	57	$\Sigma=713$

Lampiran 4: Skor Prinsip Isi dan Kualitas PT AKR Corporindo Tbk

Rekapitulasi skor Prinsip Isi dan Prinsip Kualitas berdasarkan skor maksimum masing-masing prinsip terhadap aktual pada PT AKR Corporindo Tbk. tahun 2018-2020.

Keterangan:

KN : Kuantitatif maksimum terhadap aktual

KL : Kualitatif maksimum terhadap aktual

No.	Prinsip Isi	2018 (%)		2019 (%)		2020 (%)	
		KN	KL	KN	KL	KN	KL
1	Pemangku Kepentingan	33	46	33	54	33	54
2	Keberlanjutan	80	63	12	30	28	38
3	Materialitas	49	36	51	47	83	53
4	Kelengkapan	58	37	50	43	28	21
5	Keseimbangan	33	58	33	38	33	38
6	Perbandingan	35	28	35	28	35	28
7	Akurasi	27	46	27	46	27	25
8	Ketepatan Waktu	30	19	80	69	30	19
9	Kejelasan	88	88	88	88	88	88
10	Keandalan	0	0	0	0	0	0

Lampiran 5: Skor Prinsip Isi dan Kualitas PT Indocement Tunggal Prakarsa Tbk

Rekapitulasi skor Prinsip Isi dan Prinsip Kualitas berdasarkan skor maksimum masing-masing prinsip terhadap aktual pada PT Indocement Tunggal Prakarsa Tbk. tahun 2018-2020.

Keterangan:

KN : Kuantitatif maksimum terhadap aktual

KL : Kualitatif maksimum terhadap aktual



No.	Prinsip Isi	2018 (%)		2019 (%)		2020 (%)	
		KN	KL	KN	KL	KN	KL
1	Pemangku Kepentingan	27	25	27	50	27	50
2	Keberlanjutan	48	50	28	33	32	33
3	Materialitas	59	52	49	27	37	32
4	Kelengkapan	63	45	38	25	33	18
5	Keseimbangan	40	79	87	88	73	88
6	Perbandingan	90	84	55	56	55	56
7	Akurasi	40	75	27	46	27	46
8	Ketepatan Waktu	70	69	70	69	70	69
9	Kejelasan	100	100	80	80	80	80
10	Keandalan	0	0	0	0	0	0

Lampiran 6: Skor Prinsip Isi dan Kualitas PT Astra International Tbk

Rekapitulasi skor Prinsip Isi dan Prinsip Kualitas berdasarkan skor maksimum masing-masing prinsip terhadap aktual pada PT Astra International Tbk. tahun 2018-2020.

Keterangan:

KN : Kuantitatif maksimum terhadap aktual

KL : Kualitatif maksimum terhadap aktual

No.	Prinsip Isi	2018 (%)		2019 (%)		2020 (%)	
		KN	KL	KN	KL	KN	KL
1	Pemangku Kepentingan	73	46	40	50	40	50
2	Keberlanjutan	52	63	48	30	88	63
3	Materialitas	74	43	59	38	61	17
4	Kelengkapan	24	31	32	38	50	50
5	Keseimbangan	73	92	40	79	33	75
6	Perbandingan	65	53	35	59	40	53
7	Akurasi	60	58	40	58	20	38
8	Ketepatan Waktu	50	50	30	19	30	19
9	Kejelasan	100	100	100	100	100	100
10	Keandalan	0	0	0	0	0	0

Lampiran 7: Skor Prinsip Isi dan Kualitas PT Unilever Indonesia Tbk

Rekapitulasi skor Prinsip Isi dan Prinsip Kualitas berdasarkan skor maksimum masing-masing prinsip terhadap aktual pada PT Unilever Indonesia Tbk. tahun 2018-2020.

Keterangan:

KN : Kuantitatif maksimum terhadap aktual



KL : Kualitatif maksimum terhadap aktual

No.	Prinsip Isi	2018 (%)		2019 (%)		2020 (%)	
		KN	KL	KN	KL	KN	KL
1	Pemangku Kepentingan	53	25	40	13	93	38
2	Keberlanjutan	88	30	52	45	80	30
3	Materialitas	64	36	67	36	69	38
4	Kelengkapan	64	43	71	63	69	31
5	Keseimbangan	60	63	33	75	60	75
6	Perbandingan	60	56	50	53	50	50
7	Akurasi	53	38	13	67	60	92
8	Ketepatan Waktu	30	6	30	19	20	19
9	Kejelasan	100	100	100	100	100	100
10	Keandalan	100	88	100	88	0	0

Lampiran 8: Proses Penilaian PT Unilever Indonesia Tbk 2019

Proses pemberian skor dalam pengungkapan laporan keberlanjutan PT Unilever Indonesia Tbk 2019. Gambar yang disajikan hanya mewakili sebagian dari penilaian karena adanya keterbatasan dari sisi biaya untuk mencetak banyak kertas sehingga peneliti memberikan referensi halaman yang diambil agar pembaca dapat menelusuri lebih lanjut dari laporan keberlanjutan terkait.

Tabel Prinsip Menentukan Isi Laporan

1. Pelibatan Pemangku Kepentingan (<i>Stakeholder Inclusiveness</i>)																					
<p>a. Memaparkan pemahaman pemangku kepentingan</p> <p>Kata kunci: pemangku kepentingan</p> <p>Skor yang diberikan:</p> <p>KN: +</p> <p>KL: +</p> <p>Halaman: 110, 111</p>	<p>Melibatkan Pemangku Kepentingan Engaging Stakeholders</p> <p>Unilever Indonesia mengedepankan peran aktif para pemangku kepentingan dalam menjalankan bisnis dan pengambilan keputusan dari kegiatan yang dijalankan. Kebutuhan dan harapan pemangku kepentingan dalam hal ini bertujuan untuk menyinergikan kinerja Perseroan dengan prinsip-prinsip keberlanjutan yang telah diterapkan.</p> <p>Unilever Indonesia prioritises the active role of stakeholders in running the business and making decisions from the activities carried out. The needs and expectations of stakeholders aim to synergise the Company's performance with the sustainability principles that have been implemented.</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Pemangku Kepentingan Stakeholders</th> <th>Dasar Penentuan Pemangku Kepentingan Basis of Determination of Stakeholders</th> <th>Kepentingan dan Harapan Interest and Expectations</th> <th>Metode Pelibatan Method of Engagement</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Konsumen Consumer</td> <td>D, R, I, P</td> <td>Produk dan Brand Product and Brand</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> Media sosial Suara konsumen Aktivasi Brand Social Media Consumer Voice Brand activation </td> </tr> <tr> <td>Karyawan Employees</td> <td>D, R, T, I, P</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> Kesehatan dan keselamatan kerja Pengembangan karyawan Employee development </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> Berbagai jalur komunikasi internal Various internal communication channels. </td> </tr> <tr> <td>Pemerintah dan Regulator Government and Regulator</td> <td>R, T, I, DP</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> Kepatuhan peraturan Kemitraan dalam keberlanjutan Regulatory compliance Partnership in sustainability </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> Pertemuan bilateral/multilateral Sesi dengar pendapat dan sosialisasi publik Kolaborasi dalam penelitian dan proyek pengembangan masyarakat untuk mencapai SDGs dan pertumbuhan ekonomi Bilateral/multilateral meetings Public hearing and socialisation session Collaboration on Research and community development project to achieve SDGs and economic growth </td> </tr> <tr> <td>Pemegang Saham dan Investor Shareholders and Investors</td> <td>D, R, I, P</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> Kinerja Keuangan Informasi yang jelas dan terkini terkait aksi korporasi dan arahan strategis Kinerja non-finansial, kemajuan dan status Kemajuan USLP Financial performance Clear and up-to-date information regarding corporate action and strategic direction Non-financial performance, progress and status Progress of USLP </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> Pelaporan kinerja bisnis trivulanan Pertemuan tatap muka dengan investor dan analis Konferensi Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan Laporan Tahunan Laporan Keberlanjutan Reporting of quarterly business performance Face-to-face meetings with investors and analysts Conference Annual General Meeting of Shareholders </td> </tr> </tbody> </table>	Pemangku Kepentingan Stakeholders	Dasar Penentuan Pemangku Kepentingan Basis of Determination of Stakeholders	Kepentingan dan Harapan Interest and Expectations	Metode Pelibatan Method of Engagement	Konsumen Consumer	D, R, I, P	Produk dan Brand Product and Brand	<ul style="list-style-type: none"> Media sosial Suara konsumen Aktivasi Brand Social Media Consumer Voice Brand activation 	Karyawan Employees	D, R, T, I, P	<ul style="list-style-type: none"> Kesehatan dan keselamatan kerja Pengembangan karyawan Employee development 	<ul style="list-style-type: none"> Berbagai jalur komunikasi internal Various internal communication channels. 	Pemerintah dan Regulator Government and Regulator	R, T, I, DP	<ul style="list-style-type: none"> Kepatuhan peraturan Kemitraan dalam keberlanjutan Regulatory compliance Partnership in sustainability 	<ul style="list-style-type: none"> Pertemuan bilateral/multilateral Sesi dengar pendapat dan sosialisasi publik Kolaborasi dalam penelitian dan proyek pengembangan masyarakat untuk mencapai SDGs dan pertumbuhan ekonomi Bilateral/multilateral meetings Public hearing and socialisation session Collaboration on Research and community development project to achieve SDGs and economic growth 	Pemegang Saham dan Investor Shareholders and Investors	D, R, I, P	<ul style="list-style-type: none"> Kinerja Keuangan Informasi yang jelas dan terkini terkait aksi korporasi dan arahan strategis Kinerja non-finansial, kemajuan dan status Kemajuan USLP Financial performance Clear and up-to-date information regarding corporate action and strategic direction Non-financial performance, progress and status Progress of USLP 	<ul style="list-style-type: none"> Pelaporan kinerja bisnis trivulanan Pertemuan tatap muka dengan investor dan analis Konferensi Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan Laporan Tahunan Laporan Keberlanjutan Reporting of quarterly business performance Face-to-face meetings with investors and analysts Conference Annual General Meeting of Shareholders
Pemangku Kepentingan Stakeholders	Dasar Penentuan Pemangku Kepentingan Basis of Determination of Stakeholders	Kepentingan dan Harapan Interest and Expectations	Metode Pelibatan Method of Engagement																		
Konsumen Consumer	D, R, I, P	Produk dan Brand Product and Brand	<ul style="list-style-type: none"> Media sosial Suara konsumen Aktivasi Brand Social Media Consumer Voice Brand activation 																		
Karyawan Employees	D, R, T, I, P	<ul style="list-style-type: none"> Kesehatan dan keselamatan kerja Pengembangan karyawan Employee development 	<ul style="list-style-type: none"> Berbagai jalur komunikasi internal Various internal communication channels. 																		
Pemerintah dan Regulator Government and Regulator	R, T, I, DP	<ul style="list-style-type: none"> Kepatuhan peraturan Kemitraan dalam keberlanjutan Regulatory compliance Partnership in sustainability 	<ul style="list-style-type: none"> Pertemuan bilateral/multilateral Sesi dengar pendapat dan sosialisasi publik Kolaborasi dalam penelitian dan proyek pengembangan masyarakat untuk mencapai SDGs dan pertumbuhan ekonomi Bilateral/multilateral meetings Public hearing and socialisation session Collaboration on Research and community development project to achieve SDGs and economic growth 																		
Pemegang Saham dan Investor Shareholders and Investors	D, R, I, P	<ul style="list-style-type: none"> Kinerja Keuangan Informasi yang jelas dan terkini terkait aksi korporasi dan arahan strategis Kinerja non-finansial, kemajuan dan status Kemajuan USLP Financial performance Clear and up-to-date information regarding corporate action and strategic direction Non-financial performance, progress and status Progress of USLP 	<ul style="list-style-type: none"> Pelaporan kinerja bisnis trivulanan Pertemuan tatap muka dengan investor dan analis Konferensi Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan Laporan Tahunan Laporan Keberlanjutan Reporting of quarterly business performance Face-to-face meetings with investors and analysts Conference Annual General Meeting of Shareholders 																		
<p>b. Memaparkan harapan dan keinginan setiap pemangku kepentingan</p> <p>Kata kunci: pemangku kepentingan</p> <p>Skor yang diberikan:</p> <p>KN: +</p> <p>KL: +</p> <p>Halaman: 110, 111</p>																					



<p>c. Memaparkan respon perusahaan terhadap harapan pemangku kepentingan.</p> <p>Kata kunci: pemangku kepentingan Skor yang diberikan: KN: 1 KL: 1 Halaman: 21</p>	<p>Dalam Unilever Compass, terdapat tiga area utama yang dikembangkan yaitu 'Brand with Purpose Grow', 'Company with Purpose Last', dan 'People With Purpose Thrive'. Ketiganya merefleksikan komitmen Perusahaan untuk tumbuh secara berkelanjutan pada aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Pendekatan utama yang dilakukan dalam penerapan strategi ini adalah memanfaatkan skala dan pengaruh bisnis Unilever yang besar untuk mendorong perubahan dalam rantai nilai dan menggunakan <i>brand with purpose</i> untuk menciptakan perubahan yang memberikan dampak positif bagi lingkungan dan masyarakat.</p>
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<p>2. Konteks Keberlanjutan (<i>Sustainability Context</i>)</p>	
<p>a. Memaparkan definisi perusahaan mengenai kegiatan keberlanjutan.</p> <p>Kata kunci: definisi, konteks, keberlanjutan Skor yang diberikan: KN: 2 KL: 1 Halaman: 23</p>	<p>Unilever dan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan <i>Unilever and Sustainable Development Goals</i></p> <hr/> <p>Sejak 2010, kami menerapkan <i>Unilever Sustainable Living Plan (USLP)</i>, yang merupakan cetak biru pertumbuhan berkelanjutan, dalam mencapai tujuan dan visi kami. Pelaksanaan USLP mencakup semua aspek bisnis, <i>brand</i>, dan departemen di setiap negara termasuk Indonesia.</p>
<p>b. Memaparkan kegiatan perusahaan terhadap masalah umum terkait keberlanjutan.</p> <p>Skor yang diberikan: KN: 4 KL: 4 Halaman: 20, 21</p>	<p>Unilever Compass: Purpose-Led, Future-Fit</p> <hr/> <p>Unilever memiliki tujuan yang sederhana dan jelas, yaitu memasyarakatkan kehidupan yang berkelanjutan. Melalui <i>brand</i> dan produk, setiap hari kami berupaya untuk menciptakan masa depan yang lebih baik dan pada saat bersamaan mengurangi dampak lingkungan serta meningkatkan dampak sosial positif kepada masyarakat yang menjadi tujuan bagi setiap <i>brand</i> dan dasar pengambilan keputusan dalam berbisnis. Purpose-Led.</p> <p>Selain itu, untuk mencapai tujuan di atas, Perusahaan harus mampu beradaptasi dengan perubahan signifikan yang sedang dihadapi industri FMCG termasuk di Indonesia. Agar mampu melakukannya, Unilever menerapkan digitalisasi, efisiensi biaya, dan lebih lincah dalam mengelola operasional perusahaan oleh sumber daya manusia yang berkualitas, inklusif, dan beragam. Future-Fit.</p>

1. Ditaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



c. Memaparkan kontribusi dari kegiatan perusahaan terhadap masalah keberlanjutan.

Skor yang diberikan:
KN: 4
KL: 4
Halaman: 24

d. Memaparkan kesulitan, peluang dan langkah perusahaan terhadap masalah keberlanjutan.

Skor yang diberikan:
KN: 6
KL: 1
Halaman: 7

USLP memberikan **kontribusi** langsung dalam pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan atau *Sustainable Development Goals (SDGs)* di Indonesia dengan memanfaatkan jangkauan dan kegiatan usaha. Perseroan melakukan berbagai inisiatif sosial dan lingkungan melalui *brand* dan kegiatan berbasis kemasyarakatan yang dilaksanakan melalui Yayasan Unilever Indonesia (YUI).

Pilar USLP USLP Pillar	Kontribusi kami dalam SDGs yang relevan Our relevant contribution to SDGs	Inisiatif Unilever Indonesia Unilever Indonesia Initiatives
Kesehatan dan Kebersihan Health and Hygiene		halaman page 29
Meningkatkan kualitas gizi Improving nutrition quality		halaman page 39
Gas Rumah Kaca Greenhouse Gas Emissions		halaman page 51
Pemakaian Air Water Usage		halaman page 54
Limbah dan Kemasan Waste and Packaging		halaman page 54
Perolehan Bahan Baku Berkelanjutan Sustainable Sourcing		halaman page 82
Keadilan di Tempat Kerja Fairness in the Workplace		halaman page 65
Peluang untuk Perempuan Opportunity for Women		halaman page 65
Bisnis Inklusif Inclusive Business		halaman page 79

Tantangan Keberlanjutan

Di sisi lain, tantangan keberlanjutan di Indonesia tetap menjadi perhatian kami. Perseroan dan **pemangku** kepentingan terkait masih harus bekerja sama dalam mengatasi beban ganda pangan yaitu malnutrisi dan obesitas pada masyarakat, penerapan praktik keberlanjutan dalam produksi dan konsumsi, kesetaraan peluang ekonomi untuk semua orang, hingga penanganan sampah plastik pasca konsumsi. Di sini kami ingin menekankan perlunya kolaborasi, antara pelaku usaha, masyarakat, dan Pemerintah, yang lebih luas dan lebih dalam untuk mengatasi tantangan tersebut dan mencapai Tujuan Pembangunan Berkelanjutan.

Pada akhir tahun 2019 dan awal tahun 2020 ini, kami merasa sangat prihatin atas dampak buruk yang ditimbulkan COVID-19 pada kehidupan masyarakat di berbagai belahan dunia. Bagi Unilever, keselamatan dan kesejahteraan karyawan adalah prioritas: untuk melindungi seluruh karyawan beserta keluarganya, Unilever secara global telah melakukan langkah-langkah preventif yang lebih tegas. Kami percaya bahwa semua pihak dapat mengambil peran untuk membantu memutus rantai penyebaran virus ini. Sejak adanya wabah ini, Unilever Indonesia yang merupakan perusahaan yang memproduksi produk yang dekat dengan kehidupan masyarakat Indonesia telah memberikan dukungan dalam berbagai bentuk. Dukungan yang diberikan diantaranya adalah menyediakan produk seperti *hand sanitizer*, sabun, dan produk perawatan higienitas rumah serta melakukan edukasi yang komprehensif mengenai pentingnya menjaga higienitas diri dan lingkungan rumah.



e. Memaparkan pengukuran performa keberlanjutan (ikhtisar performa ekonomi, sosial, lingkungan).

Skor yang diberikan:
KN: 2
KL: 8
Halaman: 2, 3

Ikhtisar Keberlanjutan Sustainability Summary

Selama lebih dari 86 tahun Unilever hadir di Indonesia untuk membuat kehidupan lebih baik dan lebih bahagia sambil menciptakan manfaat bagi masyarakat dan kelestarian lingkungan, itulah tujuan kami, untuk memasyarakatkan kehidupan yang berkelanjutan (kehidupan yang ramah lingkungan dan memberikan manfaat sosial). Kami menetapkan tujuan tersebut dalam menghadapi tantangan iklim, kebutuhan masyarakat, digitalisasi, dan perubahan-perubahan bisnis yang sangat cepat, dalam satu-satunya strategi pertumbuhan kami.

For more than 86 years, Unilever has been presented in Indonesia to make a better and happier living while creating benefits for the community and environmental conservation, that is our goal, to make sustainable living commonplace. We set this goal in dealing with climate challenges, people's needs, digitalization, and rapid business changes, in our sole growth strategy.

Profit

Rp42,9 triliun (trillion) **Rp7,4** triliun (trillion)

Penjualan Sales Laba bersih Net profit

Mitra keberlanjutan, antara lain: PRAISE, Amarth, PDGI, AFDOKGI, Eurocham & IGCN, dll

Sustainability partners, among others: PRAISE, Amarth, PDGI, AFDOKGI, Eurocham & IGCN, etc.

'Less Plastic, Better Plastic, and No Plastic', pada produk-produk Rinso, Sunlight, Wipol, Molto, Sunsilk, Lux, Clear, Pepsodent, Bango, Walls, dll

'Less Plastic, Better Plastic, and No Plastic', on Rinso, Sunlight, Wipol, Molto, Sunsilk, Lux, Clear, Pepsodent, Bango, Walls products, etc.

3. Materialitas (Materiality)

a. Memaparkan topik material yang menyampaikan pengaruh ekonomi terhadap perusahaan.

Skor yang diberikan:
KN: 2
KL: 6
Halaman: 25

Selama sembilan tahun, kami sudah menjalankan **Unilever Sustainable Living Plan** dan telah membuat sejumlah kemajuan yang signifikan terhadap Unilever Indonesia. Di bidang ekonomi, melalui transformasi dan penerapan strategi bisnis, Perseroan mencatat penjualan bersih sebesar Rp32,4 triliun, terdiri dari penjualan domestik sebesar Rp30,8 triliun dan ekspor Rp1,6 triliun. Nilai penjualan meningkat 2,4% tanpa memperhitungkan penjualan kategori *Spreads* yang telah divestasi pada kuartal III 2018 dan membukukan laba bersih sebesar Rp9,1 triliun. Ke depan, Perseroan berharap tetap tumbuh dengan berpedoman pada strategi yang telah ditetapkan dalam Unilever Compass.

b. Memaparkan topik material yang menyampaikan pengaruh lingkungan terhadap perusahaan.

Skor yang diberikan:
KN: 4
KL: 1
Halaman: 51

Kinerja Lingkungan dan Kegiatan Operasi Environmental Performance and Operational Activities

Pabrik-pabrik Unilever Indonesia menerapkan World Class Manufacturing yang salah satunya mencakup proyek-proyek improvement untuk meningkatkan efisiensi, mengurangi pencemaran, dan menurunkan biaya lingkungan.

Factories of Unilever Indonesia implement World Class Manufacturing, one standard of which covers improvement projects to enhance efficiency, reduce pollution and environmental cost.

Emisi Gas Rumah Kaca

Perubahan iklim merupakan risiko penting dalam bisnis Unilever. Peningkatan suhu dan terjadinya cuaca ekstrem akan mempengaruhi pasokan, harga bahan baku dan kemasan hingga berdampak pada keterjangkauan produk kami di tengah masyarakat. Berdasarkan studi dampak CRK pada daur hidup produk, 40% emisi berasal dari bahan baku, manufaktur, distribusi dan penyimpanan, sisanya berasal dari penggunaan dan pembuangan konsumen.

Unilever berkomitmen untuk mengurangi separuh jejak lingkungan pada tahun 2030, dengan mengurangi emisi CO₂ dari pabrik kami menjadi sama dengan atau di bawah angka pada tahun 2008 meskipun volumenya jauh meningkat.

Emisi gas rumah kaca yang dihasilkan dari manufaktur dan distribusi menjadi fokus utama Unilever Indonesia. Pada kedua aktivitas ini, sumber emisi CRK terbesar adalah penggunaan energi, sehingga kami menerapkan inisiatif efisiensi energi dan penggunaan sumber energi terbarukan.

Greenhouse Gas Emission

Climate change is a pivotal risk in Unilever's business. Increased temperatures and extreme weather will affect the supply, price of raw materials and packaging which give an impact on our product affordability in the community. Based on studies of the impact of GHGs on the product life cycle, 40% of emissions come from raw materials, manufacturing, distribution and storage, the rest comes from the use and disposal by consumers.

Unilever is committed to reducing environmental footprints by half in 2030, by reducing CO₂ emissions from our factories to be equal to or below 2008 figures, even though the output product volume is much greater.

Greenhouse gas emissions from manufacturing and distribution are the main focus of Unilever Indonesia. In both activities, the largest source of GHG emissions is energy use, which leads us to implement energy efficiency initiatives and the use of renewable energy sources.

1. Ditaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



c. Memaparkan topik material yang menyampaikan pengaruh sosial terhadap perusahaan.

Skor yang diberikan:
KN: 3
KL: 1
Halaman: 20

d. Memaparkan pengaruh performa ekonomi perusahaan terhadap pemangku kepentingan.

Skor yang diberikan:
KN: 6
KL: 8
Halaman: 25

e. Memaparkan pengaruh performa lingkungan perusahaan terhadap pemangku kepentingan.

Skor yang diberikan:
KN: 5
KL: 4
Halaman: 46

Unilever Compass: Purpose-Led, Future-Fit

Unilever memiliki tujuan yang sederhana dan jelas, yaitu memasyarakatkan kehidupan yang berkelanjutan. Melalui brand dan produk, setiap hari kami berupaya untuk menciptakan masa depan yang lebih baik dan pada saat bersamaan mengurangi dampak lingkungan serta meningkatkan dampak sosial positif kepada masyarakat yang menjadi tujuan bagi setiap brand dan dasar pengambilan keputusan dalam berbisnis. **Purpose-Led.**

Unilever has a simple and clear purpose of to make sustainable living commonplace. Through its brands and products, every day we work to create a better future whilst reducing environmental footprints and improving positive social impact on people which has become the purpose of every brand and basis of decision making in business. **Purpose-Led.**

Selain itu, untuk mencapai tujuan di atas, Perusahaan harus mampu beradaptasi dengan perubahan signifikan yang sedang dihadapi industri FMCG termasuk di Indonesia. Agar mampu melakukannya, Unilever menerapkan digitalisasi, efisiensi biaya, dan lebih lincah dalam mengelola operasional perusahaan oleh sumber daya manusia yang berkualitas, inklusif, dan beragam. **Future-Fit.**

Uraian Description (Rp juta/Rp million)	2019	2018	2017
Nilai ekonomi yang dihasilkan dan didistribusikan Economic value generated and distributed			
Nilai Ekonomi yang Dihasilkan Economic Value Generated			
Pendapatan Revenue	42.922.563	41.802.073	41.204.510
Nilai Ekonomi yang Didistribusikan Economic Value Distributed			
Biaya Operasi Operating Costs	31.197.368	27.947.947	30.028.269
Biaya Pegawai Employee Wages and Benefits	1.823.423	1.706.039	1.804.581
Dividen Dividend	9.191.962	6.981.450	6.638.100
Pembayaran kepada Pemerintah (pajak, retribusi dll) Payments to Government (taxes, levies, etc)	2.508.935	3.066.900	2.367.099
Investasi Sosial (biaya TJSI)* Social Investment (Social and Environmental Responsibility cost)	NR*	NR*	
Jumlah Nilai Ekonomi yang Didistribusikan Total Economic Value Distributed	44.721.688	39.702.336	40.838.049
Nilai Ekonomi yang Dihasilkan dikurangi Nilai Ekonomi yang Didistribusikan Economic Value Generated deducted by Economic Value Distributed	(1.799.125)	2.099.737	366.461

*NR = Tidak dilaporkan secara tersendiri
Not reported separately.

Mengurangi Plastik Less Plastic

Menggunakan pendekatan teknologi material, optimasi ukuran dan berat kemasan termasuk dengan mengubah bentuk botol dan tutupnya. Produk perawatan dan kecantikan kami mulai menghilangkan scrub beads berbahan dasar plastik pada semua jenis produk.

Using material technology approach, optimization of size and packaging weight, such as changing the shape of bottle and its stopper. On beauty and personal care products, we began to eliminate plastic based scrub beads in any kind of products.

Brand	Upaya	Impact
Sunlight, Rinsol	Mengurangi dimensi kemasan sehingga bisa menurunkan pemakaian plastik sebesar 471 ton/tahun (2019)	Reducing the dimension of packaging to reduce the plastic use by 471 tons/year (2019)
Wipol & Molto sachet 10ml	Menghilangkan kantong lanjutan pada kemasan sachet, sehingga bisa mengurangi 34,1-ton plastik/tahun.	Eliminate advanced bags on sachet packaging, to reduce 34,1-tons of plastic/year.
Pepsodent	Meluncurkan Pepsodent Natural Bamboo, sikat gigi yang ramah lingkungan dengan 100% gagang bambu pertama dari Pepsodent, dengan kemasan yang terbuat dari kertas daur ulang.	Launch Pepsodent Natural Bamboo, an environmentally friendly toothbrush with 100% first bamboo handle from Pepsodent, with recycled paper package.
Bango	Mengurangi penggunaan plastik sebanyak 14 ton/tahun (2019).	Reduces plastic use by 14 tons/year (2019).
Varian es krim Ice Cream	Mengurangi ketebalan dan dimensi pembungkus, karton & dus.	Reducing the thickness and dimensions of wrapping, cardboard & boxes.
Produk teh Tea products	Mengurangi ketebalan innerbox.	Reducing the thickness of innerbox.

Plastik yang Lebih Baik Better Plastic

Mengembangkan kemasan plastik yang kami pakai agar dapat didaur ulang dan juga menggunakan materi plastik daur ulang dalam kemasan produk-produk kami. Unilever memiliki roadmap yang jelas untuk keduanya, baik untuk kemasan jenis rigid plastic maupun flexible plastic (misalnya: sachet, pouch).

In developing plastic packaging we use recyclable that can then be recycled and also use recycled plastic material in the packaging of our products. Unilever has a clear roadmap for both rigid plastic and flexible plastic packaging (for example: sachets, pouches).

Brand	Upaya	Impact
Bango	Menggunakan kemasan botol dari 100% bahan plastik PET daur ulang/recycled Polyethylene Terephthalate (rPET) yang dapat di daur ulang, akan mengurangi pemakaian virgin plastic lebih dari 500 ton setiap tahunnya.	Using bottle packaging made of 100% recycled Polyethylene Terephthalate (rPET) will reduce the use of virgin plastic by more than 500 tons per year.
'Love and Beauty Planet'	Botol kemasaannya terbuat dari 100% plastik daur ulang yang juga dapat didaur ulang kembali dan mendapatkan sertifikasi vegan.	Bottle packaging is made of 100% recycled and recyclable plastics and has obtained vegan certification.
Rinsol, Sunlight, Molto	Botol kemasaannya dapat didaur ulang dan terbuat dari material plastik daur ulang.	Bottle packaging can be recycled and is made of recycled plastic material.
Sariwangi	Menggunakan material plastik sachet yang dapat di daur ulang berbasis polyolefin (Polypropylene dan Polyethylene).	Using plastic sachet that can be recycled based on polyolefin (Polypropylene and Polyethylene).

Tanpa Plastik No Plastic

Aspirasi kami adalah menghadirkan produk-produk ke konsumen tanpa menggunakan kemasan plastik, memakai materi alternatif atau menggunakan bisnis model yang berbeda seperti kemasan tahan lama yang dapat terus diisi ulang, atau refill station.

Our aspiration is to present our products to consumers without using plastic packaging, but alternative materials or differentiated business model, such as a durable packaging with refill station approach.



© Hak cipta dilindungi undang-undang
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

f. Memaparkan pengaruh performa sosial perusahaan terhadap pemangku kepentingan.
 Skor yang diberikan:
 KN: 6
 KL: 7
 Halaman: 29 s/d 38

Pencapaian Pilar Kesehatan dan Kebersihan
 Achievement of Health and Hygiene Pillar

 Program Berbasis Sekolah School-based Programme	 Program Berbasis Institusi Profesional Professional Institution-based Programme	 Program Berbasis Komunitas Community-based Programme
1,8+ juta pelajar million students	250.000+ orang penerima manfaat beneficiaries	2.100+ Masjid di 13 kabupaten/kota peserta Bersih-bersih Masjid Mosques in 13 regencies/cities of Mosque cleaning participants
9.000+ Duta Sekolah School Ambassadors	Kolaborasi dengan Collaboration with 100+ PDGI Cabang PDGI Branches	50.000+ Masyarakat dan 2.100+ marbot berpartisipasi dalam Bersih-bersih Masjid People and 2,100+ mosque keepers participated in Mosque Cleaning
9.000+ Sekolah dan pesantren di 66 kota dan kabupaten Schools and Islamic Boarding School in 66 cities and regencies	23 Fakultas Kedokteran Gigi Faculty of Dentistry	150.000+ Ibu-ibu peserta edukasi PHBS dalam Program Ibu dan Balita Sehat Women participants of PHBS education in Healthy Mothers and Toddlers Programme
	14.250+ Dokter Gigi dan Mahasiswa Fakultas Kedokteran Gigi Dentists and Dentistry students	

g. Memaparkan kesulitan dan risiko perusahaan dalam topik ekonomi.
 Skor yang diberikan:
 KN: 0
 KL: 0
 Halaman: -

Tidak diungkapkan

h. Memaparkan kesulitan dan risiko perusahaan dalam topik lingkungan.
 Skor yang diberikan:
 KN: 4
 KL: 4
 Halaman: 44

Unilever menerapkan komitmen jangka panjang melalui langkah-langkah nyata dan terukur untuk ikut mengatasi permasalahan sampah plastik di Indonesia, terutama berkaitan dengan sampah kemasan plastik sekali pakai yang umum digunakan di industri FMCG.

Plastik adalah material yang sangat penting untuk melindungi dan mendistribusikan produk kami secara aman dan efisien, serta memiliki jejak karbon yang lebih rendah dibandingkan dengan bahan alternatif lainnya. Walaupun sebenarnya plastik merupakan material yang banyak memberikan kemudahan dalam kehidupan, tetapi kita sama-sama mengakui bahwa ada masalah yang tidak terbantahkan yaitu pencemaran sampah plastik di sekitar kita.

Walaupun kebanyakan masyarakat Indonesia sudah terbiasa menggunakan sesuatu berulang-ulang, menerapkan daur pakai dan melakukan daur ulang, tetapi masih banyak sampah plastik yang belum terkelola. Plastik memiliki tempatnya sendiri, dan tentunya bukan di tepi jalan, saluran air, dan lautan, akan tetapi di dalam ekonomi sirkuler.

Unilever Indonesia menanggapi tantangan ini dengan sangat serius. Kami melakukan studi mendalam tentang rantai nilai pengelolaan sampah, mulai dari tempat sampah, pemulung, pengepul barang bekas, industri daur ulang hingga LSM yang berkaitan dengan persampahan. Hasilnya ternyata cukup mengejutkan, ada setidaknya 5 juta pemulung di Indonesia, yang umumnya prasejahtera, telah bekerja keras untuk mengurangi sampah, namun rantai panjang sampai ke industri menghambat kesejahteraan mereka. Industri daur ulang, walaupun jumlahnya tidak sedikit, sebenarnya belum cukup mengelola seluruh potensi sampah yang bisa didaur ulang sehingga diperlukan lebih banyak investasi dan juga perubahan perilaku di masyarakat.

1. Ditarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



<p>© Hak cipta Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie</p> <p>1. Ditaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber: a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah. b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.</p> <p>2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.</p> <p>i. Memaparkan kesulitan dan risiko perusahaan dalam topik sosial. Skor yang diberikan: KN: 2 KL: 1 Halaman: 39 s/d 41</p>	<p>Misi kami adalah menyediakan produk dengan rasa yang lezat, menyenangkan hati, dan menjadi sumber kekuatan untuk kebaikan. Dengan produk yang dapat dinikmati, makanan memberikan asupan gizi yang dibutuhkan untuk aktivitas sehari-hari. Namun perhatian harus diberikan dalam upaya meningkatkan kualitas asupan untuk mengakhiri tantangan masalah gizi ganda yaitu <i>stunting</i> dan obesitas.</p> <p>Melalui <i>brand-brand</i> terkemuka seperti Bango, Royco, Paddle Pop, dan Hellman's, yang merupakan produk makanan dan minuman pilihan yang berkualitas dan bergizi, Unilever melakukan edukasi masyarakat tentang pola makan bergizi seimbang dan mempromosikan jenis-jenis pangan baru yang memiliki nilai tambah berkelanjutan.</p> <p>Kualitas Gizi dalam Makanan</p> <p>Sebagai bagian dari tanggung jawab produk, Unilever telah menetapkan standar internal yaitu Standar Gizi Tertinggi Unilever, yang ditetapkan berdasarkan standar WHO dan disesuaikan dengan kategori makanan atau minuman yang dibuat. Standar gizi ini mencakup upaya pengurangan garam, lemak jenuh, gula dan kalori pada produk, serta eliminasi lemak trans dari semua produk.</p>
<p>j. Memaparkan langkah dan mitigasi risiko perusahaan dalam topik ekonomi. Skor yang diberikan: KN: 2 KL: 1 Halaman: 21</p> <p>k. Memaparkan langkah dan mitigasi risiko perusahaan dalam topik lingkungan. Skor yang diberikan: KN: 2 KL: 1 Halaman: 21</p> <p>l. Memaparkan langkah dan mitigasi risiko perusahaan dalam topik sosial. Skor yang diberikan: KN: 2 KL: 1 Halaman: 21</p>	<p>Dalam Unilever Compass, terdapat tiga area utama yang dikembangkan yaitu 'Brand with Purpose Grow', 'Company with Purpose Last', dan 'People With Purpose Thrive'. Ketiganya merefleksikan komitmen Perusahaan untuk tumbuh secara berkelanjutan pada aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Pendekatan utama yang dilakukan dalam penerapan strategi ini adalah memanfaatkan skala dan pengaruh bisnis Unilever yang besar untuk mendorong perubahan dalam rantai nilai dan menggunakan <i>brand with purpose</i> untuk menciptakan perubahan yang memberikan dampak positif bagi lingkungan dan masyarakat.</p>



m. Memaparkan adanya aturan yang membatasi performa perusahaan serta pemangku kepentingan.

Skor yang diberikan:
KN: 4
KL: 4
Halaman: 102, 103

n. Memaparkan metode pembatasan pilihan topik material.

Skor yang diberikan:
KN: 5
KL: 4
Halaman: 116, 117

Tata Kelola Governance

Unilever Indonesia menerapkan tata kelola perusahaan yang baik (GCG) untuk menciptakan nilai secara berkelanjutan dalam jangka panjang, baik bagi pemegang saham maupun pemangku kepentingan. Selama lebih dari 86 tahun beroperasi, kami terus menyesuaikan diri dengan tuntutan regulasi dan norma-norma bisnis yang berlaku di Indonesia dan mengadopsi standar GCG global yang lebih baik.

Selain itu, Perseroan terus menyempurnakan penerapan aspek dan prinsip GCG berdasarkan Peraturan OJK No. 21/POJK.04/2015 dan Surat Edaran OJK No. 32/SEOJK.04/2015. Rincian pelaksanaan ketentuan ini dapat dibaca dalam Laporan Tahunan Unilever Indonesia 2019 bagian Tata Kelola Perusahaan.

Pemilihan Topik dalam Laporan Keberlanjutan

Topik-topik yang disajikan dalam laporan ini mencakup aspek-aspek dalam Unilever Sustainable Living Plan, prinsip-prinsip dalam UNGC dan topik yang wajib dilaporkan berdasarkan POJK-51/2017, serta analisis materialitas yang dilakukan sebelumnya. Dalam menetapkan isi laporan, kami menerapkan prinsip-prinsip GRI, yaitu:

- Keinklusifan Pemangku Kepentingan:** dalam proses penyusunan laporan, kami mencermati masukan dan respons dari pemangku kepentingan yang kami dapatkan selama tahun pelaporan.
- Materialitas:** aspek-aspek yang dipilih untuk dilaporkan adalah aspek yang material berdasarkan pertimbangan keberlanjutan Unilever Indonesia dan pandangan pengaruh kepentingan yang terkait.
- Konteks Keberlanjutan:** laporan ini menyajikan pelaksanaan inisiatif keberlanjutan termasuk pada rantai pasokan Perusahaan pada aspek-aspek material yang relevan.
- Kelengkapan:** data dan informasi yang disajikan dalam laporan ini telah mencakup seluruh entitas operasi Unilever Indonesia pada aspek-aspek yang dilaporkan.

Proses analisis materialitas dilakukan oleh Corporate Unilever, yang dapat dilihat dalam 'Defining Material Issues', untuk kemudian disesuaikan dengan konteks keberlanjutan di Indonesia.

1. Ditaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

4. Kelengkapan (Completeness)

a. Memaparkan topik material dan batasannya.

Skor yang diberikan:
KN: 8
KL: 8
Halaman: 117, 118

Daftar Topik Material dan Batasannya List of Material Topics and Boundaries

Topik Material dalam Laporan ini Material Topics in this Report	Topik Berdasarkan Standar GRI Topics by GRI Standard	Batasan Topik Topic Boundaries							
		Sumber Bahan Baku Source of Raw Materials	Praktik Pembelian Purchasing Practice	Kebersihan dan Kesehatan Supplier of Goods and Services	Operasional Unilever Indonesia Operation of Unilever Indonesia	Distributor dan Ritel Distributors and Retailers	Konsumen Consumer	Masyarakat Community	Masyarakat Society
Kesehatan dan Kebersihan Health and Hygiene	GRI 413 Masyarakat Setempat Local Communities								
Nutrisi Nutrition	FP Makanan yang Sehat dan Terjangkau Healthy and Affordable Food								
Gas Rumah Kaca Greenhouse Gases	GRI 305 Emisi Emissions								
Air Water	GRI 303 Air Water								
Limbah Waste	GRI 306 Efluen dan Limbah Effluent and Waste								
Bahan Baku Berkelanjutan Sustainable Raw Materials	GRI 204 Praktik Pembelian Purchasing Practice								
	GRI 308 Asesmen Lingkungan Pemasok Supplier Environmental Assessment								
	GRI 414 Asesmen Sosial Pemasok Social Assessment of Suppliers								
Keadilan di Tempat Kerja Fairness in the Workplace	GRI 403 Kesehatan dan Keselamatan Kerja Occupational Health and Safety								
	GRI 405 Keberagaman dan Peluang Setara Diversity and Equal Opportunity								
	GRI 406 Non Diskriminasi Non-Discrimination								
	GRI 412 Asesmen Hak Asasi Manusia Human Rights Assessment								



<p>c. Hak Asasi Manusia (HAM) dan Lingkungan</p> <p>b. Memaparkan dampak setiap topik material terhadap internal dan eksternal perusahaan.</p> <p>Skor yang diberikan: KN: 5 KL: 8 Halaman: 29, 39, 44, 61, 62, 65, 68, 79, 93, 95, 98</p>	<p>Meningkatkan Kesehatan dan Kesejahteraan Improving Health and Well-being</p> <table border="1"> <tr> <td>Kesehatan dan Kebersihan Health and Hygiene</td> <td>29</td> </tr> <tr> <td>Meningkatkan Kualitas Gizi Improving Quality of Nutrition</td> <td>39</td> </tr> </table> <p>Melestarikan Planet Preserving Planet</p> <table border="1"> <tr> <td>Dunia yang Bersih dari Sampah World Without Waste</td> <td>44</td> </tr> <tr> <td>Infrastruktur Hijau Green Infrastructure</td> <td>50</td> </tr> <tr> <td>Kinerja Lingkungan dan Kegiatan Operasi Environmental Performance and Operational Activities</td> <td>51</td> </tr> </table> <p>Mendorong Kemampuan Melalui Pembelajaran Encouraging Capabilities Through Learning</p> <table border="1"> <tr> <td>People with Purpose Thrive</td> <td>61</td> </tr> <tr> <td>Mengelola Sumber Daya Manusia Managing Human Resources</td> <td>62</td> </tr> <tr> <td>Keberagaman di Tempat Kerja Diversity in Workplace</td> <td>65</td> </tr> <tr> <td>Menciptakan Tempat Kerja yang Aman dan Sehat Creating a Safe and Healthy Workplace</td> <td>68</td> </tr> </table>	Kesehatan dan Kebersihan Health and Hygiene	29	Meningkatkan Kualitas Gizi Improving Quality of Nutrition	39	Dunia yang Bersih dari Sampah World Without Waste	44	Infrastruktur Hijau Green Infrastructure	50	Kinerja Lingkungan dan Kegiatan Operasi Environmental Performance and Operational Activities	51	People with Purpose Thrive	61	Mengelola Sumber Daya Manusia Managing Human Resources	62	Keberagaman di Tempat Kerja Diversity in Workplace	65	Menciptakan Tempat Kerja yang Aman dan Sehat Creating a Safe and Healthy Workplace	68
Kesehatan dan Kebersihan Health and Hygiene	29																		
Meningkatkan Kualitas Gizi Improving Quality of Nutrition	39																		
Dunia yang Bersih dari Sampah World Without Waste	44																		
Infrastruktur Hijau Green Infrastructure	50																		
Kinerja Lingkungan dan Kegiatan Operasi Environmental Performance and Operational Activities	51																		
People with Purpose Thrive	61																		
Mengelola Sumber Daya Manusia Managing Human Resources	62																		
Keberagaman di Tempat Kerja Diversity in Workplace	65																		
Menciptakan Tempat Kerja yang Aman dan Sehat Creating a Safe and Healthy Workplace	68																		
<p>d. Inovasi dan Keberlanjutan</p> <p>c. Memaparkan dampak jangka pendek dan jangka panjang dari seluruh topik material.</p> <p>Skor yang diberikan: KN: 55 KL: 7 Halaman:</p>	<p>Komitmen Unilever</p> <p>Untuk menciptakan dunia yang bersih dari sampah, Unilever telah menetapkan komitmen secara global bahwa paling lambat pada tahun 2025, kami akan:</p> <ul style="list-style-type: none"> › Mengurangi setengah dari penggunaan <i>virgin plastic</i> atau plastik baru, dengan cara mengurangi penggunaan kemasan plastik sebanyak lebih dari 100.000 ton dan mempercepat penggunaan plastik daur ulang. › Mendesain 100% kemasan plastik produk kami agar dapat didaur ulang, digunakan kembali atau dapat terubah menjadi kompos. › Membantu pengumpulan dan memroses kemasan plastik lebih banyak daripada yang dijual. <p>Unilever menerapkan komitmen ini ke seluruh rantai bisnis mulai dari hulu, tengah, dan hilir, demikian juga dengan di Unilever Indonesia.</p>																		
<p>e. Keberlanjutan</p> <p>d. Menjelaskan ruang lingkup dan waktu pelaporan</p> <p>Skor yang diberikan: KN: 10 KL: 4 Halaman: 116</p>	<p>Batasan dan Ruang Lingkup</p> <p>Laporan keberlanjutan ini memuat kegiatan Unilever Indonesia yang mencakup kantor pusat, kantor perwakilan, pabrik dan sentra distribusi di seluruh Indonesia. Aspek-aspek yang termasuk dalam rentang kendali tetap tercakup dalam laporan ini, termasuk hak asasi manusia, praktik ketenagakerjaan, kepatuhan atas peraturan perundangan serta kinerja lingkungan pada pemasok dan mitra bisnis dalam rantai pasokan.</p>																		

- Ditaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
- Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



<p>© Hak cipta Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie</p> <p>e. Memaparkan informasi relevan yang didukung data kuantitatif untuk setiap topik material.</p> <p>Kata kunci: aspek kesehatan dan nutrisi</p> <p>Skor yang diberikan: KN: 5 KL: 7</p> <p>Halaman: 39 s/d 41</p>	<h2>Meningkatkan Kua Improving Quality of Nutrition</h2> <p>Misi kami adalah menyediakan produk dengan rasa yang lezat, menyenangkan hati, dan menjadi sumber kekuatan untuk kebaikan. Dengan produk yang dapat dinikmati, makanan memberikan asupan gizi yang dibutuhkan untuk aktivitas sehari-hari. Namun perhatian harus diberikan dalam upaya meningkatkan kualitas asupan untuk mengakhiri tantangan masalah gizi ganda yaitu <i>stunting</i> dan obesitas.</p> <p>Melalui <i>brand-brand</i> terkemuka seperti Bango, Royco, Paddle Pop, dan Hellman's, yang merupakan produk makanan dan minuman pilihan yang berkualitas dan bergizi, Unilever melakukan edukasi masyarakat tentang pola makan bergizi seimbang dan mempromosikan jenis-jenis pangan baru yang memiliki nilai tambah berkelanjutan.</p> <h3>Kualitas Gizi dalam Makanan</h3> <p>Sebagai bagian dari tanggung jawab produk, Unilever telah menetapkan standar internal yaitu Standar Gizi Tertinggi Unilever, yang ditetapkan berdasarkan standar WHO dan disesuaikan dengan kategori makanan atau minuman yang dibuat. Standar gizi ini mencakup upaya pengurangan garam, lemak jenuh, gula dan kalori pada produk, serta eliminasi lemak trans dari semua produk.</p>
<p>Lanjutan e.</p> <p>Kata kunci: aspek gas rumah kaca</p> <p>Skor yang diberikan: KN: 6 KL: 7</p> <p>Halaman: 51 s/d 53</p>	<h2>Emisi Gas Rumah Kaca</h2> <p>Perubahan iklim merupakan risiko penting dalam bisnis Unilever. Peningkatan suhu dan terjadinya cuaca ekstrem akan mempengaruhi pasokan, harga bahan baku dan kemasan hingga berdampak pada keterjangkauan produk kami di tengah masyarakat. Berdasarkan studi dampak GRK pada daur hidup produk, 40% emisi berasal dari bahan baku, manufaktur, distribusi dan penyimpanan, sisanya berasal dari penggunaan dan pembuangan konsumen.</p> <p>Unilever berkomitmen untuk mengurangi separuh jejak lingkungan pada tahun 2030, dengan mengurangi emisi CO₂ dari pabrik kami menjadi sama dengan atau di bawah angka pada tahun 2008 meskipun volumenya jauh meningkat.</p> <p>Emisi gas rumah kaca yang dihasilkan dari manufaktur dan distribusi menjadi fokus utama Unilever Indonesia. Pada kedua aktivitas ini, sumber emisi GRK terbesar adalah penggunaan energi, sehingga kami menerapkan inisiatif efisiensi energi dan penggunaan sumber energi terbarukan.</p>

- Ditaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
- Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Lanjutan e.

Kata kunci: aspek air
Skor yang diberikan:

KN: 6
KL: 7
Halaman: 54

1. Ditaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Lanjutan e.

Kata kunci: aspek limbah
Skor yang diberikan:

KN: 6
KL: 7
Halaman: 54, 55

Air

Upaya untuk mengurangi jejak air dilakukan pada dua sisi yaitu efisiensi penggunaan air dan pengurangan beban pencemaran air limbah. Di pabrik, inisiatif untuk mengurangi jejak air dilakukan dengan perbaikan pada proses, pemeliharaan instalasi air, *improvement* pada IPAL, serta menerapkan daur pakai air.

Beberapa inisiatif yang dilakukan untuk mengurangi jejak air yang signifikan adalah:

- › Pengaturan ulang sistem penggunaan air dengan katup otomatis dan pencampuran air panas dan dingin;
- › Pemanfaatan dan peningkatan kapasitas panen air hujan;
- › Penggunaan dan utilisasi *Reverse Osmosis*, daur ulang air IPAL untuk kebutuhan air proses, dan daur pakai air (sisa air wudhu, kondensat *blowdown*) untuk non proses;
- › Perbaikan proses pada kegiatan *Clean in Place (CIP)* dan pemanfaatan air sisa CIP untuk kebutuhan air proses;
- › Perbaikan sistem *planning* produksi untuk mengatur beban pemakaian dan pengolahan air limbah;
- › *Improvement*, optimasi, dan substitusi bahan kimia pada IPAL.

Jenis Limbah Type of Waste	Pengelolaan Management
Limbah padat Solid Waste	<ul style="list-style-type: none"> › Penggantian alat dan material untuk menghindari timbulan limbah › Daur ulang dan daur pakai kemasan bahan baku, termasuk produk <i>off-spec</i> sebagai alternatif material › Pengelolaan debu teh dengan teknologi proses granulasi sehingga dapat dimanfaatkan kembali. › Pemanfaatan limbah organik menjadi kompos.
Sludge	<ul style="list-style-type: none"> › Replacement of equipment and materials to avoid waste generation › Recycling and reuse packaging of raw materials, including off-spec products as an alternative material › Tea dust management with granulation process technology so that it can be reused. › Utilization of organic waste into compost.
	<ul style="list-style-type: none"> › Bekerja sama dengan Holcim Geocycle untuk mengolah lumpur limbah sebagai bahan bakar alternatif di kiln semen. › Mengurangi <i>moisture content</i> pada <i>sludge</i> dengan pemasangan <i>belt press</i> tambahan, pengeringan dengan panas sisa sehingga mengurangi berat limbah hingga 20%. › Pemanfaatan limbah laboratorium, botol tinta, oli bekas dan lain-lain sebagai bahan bakar alternatif di kiln semen. › Pemanfaatan <i>sludge</i> dari pabrik SKIN menjadi material alternatif bahan bangunan. › Pabrik Cikarang menerapkan inisiatif untuk mengolah <i>sludge</i> dari pabrik SKIN yang merupakan limbah organik menjadi campuran untuk bahan bangunan. Sebanyak lebih dari 228 ton <i>sludge</i> telah diujicobakan untuk keperluan ini, sebelumnya limbah <i>sludge</i> SKIN dikirim ke Holcim Geocycle. Proses ini telah di klarifikasi oleh KLHK sesuai dengan Surat Klarifikasi Status Limbah <i>Sludge</i> IPAL No: S.524/VPLB3/PNLB3/PLB.3/05/2019 tanggal 28 Mei 2019.
	<ul style="list-style-type: none"> › Working closely with Holcim Geocycle to treat sewage sludge as an alternative fuel in the cement kiln. › Reduce moisture content in the sludge by installing additional belt press, drying with residual heat thereby reducing waste weight by up to 20%. › Utilization of laboratory waste, ink bottles, used oil and others as alternative fuels in cement kilns. › Utilization of sludge from the SKIN factory as an alternative building material. › The Cikarang factory implements an initiative to process sludge from SKIN factory which is organic waste into a mixture for building material. More than 228 tons of sludge has been tested for this purpose, previously SKIN sludge waste was sent to Holcim Geocycle. This process has been clarified by the Ministry of Environment and Forestry in accordance with the Sludge Waste Clarification Status IPAL No: S.524/VPLB3/PNLB3/PLB.3/05/2019 dated May 28, 2019.



Lanjutan e.

Kata kunci: aspek bahan baku berkelanjutan

Skor yang diberikan:

KN:

KL:

Halaman: 79 s/d 89

1. Ditaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Lanjutan e.

Kata kunci: aspek keadilan di tempat kerja

Skor yang diberikan:

KN:

KL: 7

Halaman: 65, 66

Perolehan Bahan Baku Berkelanjutan Sustainable Sourcing

Perolehan **bahan baku** yang berkelanjutan sangat penting untuk pertumbuhan bisnis kami. Manfaat dari **bahan baku** berkelanjutan bagi bisnis kami juga jelas yaitu untuk membantu menjamin pasokan dan mengurangi risiko serta volatilitas dalam rantai pasokan. Hal ini juga membuka peluang inovasi dengan fokus pada kebutuhan hidup masyarakat dan preferensi konsumen sehingga kami dapat membangun **brand** yang lebih kuat. Selain itu, metode pertanian berkelanjutan juga dapat meningkatkan kualitas produk kami.

Sustainable sourcing is essential to the responsible growth of our business. The business benefits of sustainable sourcing are also clear. It helps secure our supplies and reduces risk and volatility in our raw material supply chains. It opens up opportunities for innovation by focusing on people's sustainable living needs and consumer preference, we build stronger brands. Sustainable farming methods can also improve the quality of our products.

Sejumlah besar **bahan baku** yang digunakan pada brand kami berasal dari produk pertanian dan hasil hutan. Sehingga kami harus memastikan **bahan baku** tersebut dapat pasok secara berkelanjutan untuk menjamin pertumbuhan bisnis di masa depan. Pada saat bersamaan, rantai pasokan kami terhubung dengan banyak pihak, yang membuka jalan untuk meningkatkan dampak sosial yang positif di tengah masyarakat. Itulah sebabnya komitmen kami untuk memperoleh **bahan baku** secara berkelanjutan menjadi bagian penting dalam Unilever Sustainable Living Plan, didukung oleh Program Pertanian Berkelanjutan.

A large number of the raw materials we use in our brands come from agricultural and forest products. Thus, we need to ensure a sustainable supply of these raw materials for the future growth of our business. At the same time, our supply chain connects us to many parties, which create a pathway to improve positive social impacts on. That is why our commitment to sustainable sourcing has become a pivotal part of Unilever Sustainable Living Plan, underpinned by Sustainable Agriculture Programme.

Keberagaman di Tempat Kerja Diversity in Workplace



Keberagaman peserta Unilever Internship Programme. **Diversity** of participants of Unilever Internship Programme.

berdasarkan Credit Suisse Research Institute (CSRI) dalam *Third CS Gender 3000 Report*, proporsi perempuan di jajaran manajemen di Indonesia baru mencapai 19%, sehingga masih diperlukan upaya untuk memperbaikinya.

Institute (CSRI) in the *Third CS Gender 3000 Report*, the proportion of women in management in Indonesia has only reached 19%. Thus, the efforts are still needed for improvement.

Perempuan terus didorong kiprahnya di Unilever yang kami laksanakan melalui Program Women Unilever Leadership Fellowship (WULF), di mana karier di bidang teknik dan rantai pasokan dipromosikan kepada mahasiswa program studi teknik. Sejak 2017, WULF telah mengundang 130 mahasiswa untuk mengikuti *workshop* inspiratif dua hari untuk memperluas wawasan tentang *supply chain* dalam industri *Fast Moving Consumer Goods* (FMCG).

Women continue to be encouraged in their work at Unilever, for which we carry out the Women Unilever Leadership Fellowship (WULF) Programme, where careers in engineering and supply chains are promoted to female students of engineering. Since 2017, WULF has invited 130 female students to attend an inspiring two-day workshop to broaden their insights on supply chains in the *Fast Moving Consumer Goods* (FMCG) industry.

#48
ranking dunia
world rank

Unilever Indonesia adalah satu-satunya perusahaan Indonesia dalam daftar 100 ranking perusahaan dunia yang paling beragam dan inklusif, berdasarkan survei *Refinitiv* di lebih dari 7.000 perusahaan di dunia yang mewakili 70% kapitalisasi pasar.

Top 100
Most Diverse
and Inclusive
Organisations

Unilever Indonesia is the only Indonesian company included in the list of the *Top 100 Most Diverse & Inclusive companies*: based on *Refinitiv*'s survey of more than 7,000 companies in the world representing 70% of market capitalisation.



<p>C Hak cipta milik BIKK Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie</p> <p>Lanjutan e. Kata kunci: aspek peluang untuk perempuan Skor yang diberikan: KN: 5 KL: 7 Halaman: 65, 66</p>	<p>Pernyataan Kesetaraan</p> <p>Unilever Indonesia memperlakukan setiap orang dalam perusahaan secara adil, setara, dan tanpa diskriminasi terkait dengan pengembangan individu, remunerasi, dan insentif. Komitmen ini tercantum dalam Pedoman Prinsip-prinsip Bisnis dan Kebijakan Pedoman Unilever 'Perlakuan dengan Hormat, Bermartabat dan Adil' yang terdiri dari 24 Kebijakan tentang perilaku etis yang harus ditegakkan semua karyawan ketika bekerja di Unilever.</p> <p>Kebijakan ini juga termasuk memastikan semua pekerjaan karyawan dilakukan berdasarkan persyaratan kerja yang disepakati dan tanpa paksaan, pembayaran upah yang adil dan tidak memperkerjakan orang di bawah usia 15 tahun atau di bawah aturan batas usia minimum, batas usia wajib belajar, atau mana yang lebih tinggi.</p> <p>Peluang Gender</p> <p>Unilever menjadikan keberagaman sebagai kekuatan dan selama satu dekade Perusahaan telah mendorong keberagaman gender. Kini Unilever Indonesia telah mencapai keseimbangan gender 42% di tingkat manajer ke atas, tidak termasuk pekerja pabrik. Di tingkat yang lebih tinggi, 5 dari 11 Direktur dan 1 dari 5 Komisaris kami adalah perempuan. Sebagai perbandingan,</p>
<p>Lanjutan e. Kata kunci: aspek bisnis inklusif Skor yang diberikan: KN: 5 KL: 4 Halaman: 79 s/d 89</p>	<p>Sejumlah besar bahan baku yang digunakan pada brand kami berasal dari produk pertanian dan hasil hutan. Sehingga kami harus memastikan bahan baku tersebut dapat dipasok secara berkelanjutan untuk menjamin pertumbuhan bisnis di masa depan. Pada saat bersamaan, rantai pasokan kami terhubung dengan banyak pihak, yang membuka jalan untuk meningkatkan dampak sosial yang positif di tengah masyarakat. Itulah sebabnya komitmen kami untuk memperoleh bahan baku secara berkelanjutan menjadi bagian penting dalam Unilever <i>Sustainable Living Plan</i>, didukung oleh Program Pertanian Berkelanjutan.</p> <p>Hak Asasi Manusia dalam Rantai Pasokan</p> <p>Kami memiliki tanggung jawab kepada semua orang dalam rentang pengaruh bisnis. Kami yakin bahwa dengan kerja sama dan dukungan pemasok, distributor, dan mitra bisnis serta para pekerjanya, kami dapat menciptakan rantai nilai yang berkelanjutan di bidang sosial dan lingkungan. Dengan memajukan Hak Asasi Manusia secara langsung dalam rantai pasokan berarti memberi peluang untuk membuat perbedaan positif bagi kehidupan para pekerja dan keluarga mereka serta berkontribusi pada Tujuan Pembangunan Berkelanjutan. Hal inilah yang menjadi dasar yang kuat bagi pertumbuhan kami.</p>

1. Ditarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Lanjutan e.

Kata kunci: aspek etika dan integritas
Skor yang diberikan:

KN: 107, 108
KL: 107, 108
Halaman: 107, 108

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Integritas Bisnis Business Integrity



Sosialisasi mengenai pentingnya integritas dalam menjalankan bisnis Unilever.
Socialization on the importance of integrity in running business of Unilever.

Perseroan berkomitmen untuk berbisnis secara etis dan berintegritas dengan cara menegakkan kerangka kerja Unilever setiap saat. Untuk melaksanakannya, Unilever Indonesia memiliki Business Integrity Officer dan Komite Integritas Bisnis yang bekerja secara independen dan aktif menyuarakan tentang etika bisnis yang baik di lingkungan perusahaan. Integritas Bisnis dilaksanakan melalui tiga pilar pendekatan sebagai berikut:

The Company is committed to business ethics and integrity by upholding the Unilever framework anytime. To do this, Unilever Indonesia has a Business Integrity Officer and a Business Integrity Committee who work independently and actively convey good business ethics within the company. Business integrity is carried out through the three pillars of approach as follows:

Pencegahan Prevention	Deteksi Detection	Respons Response
<ol style="list-style-type: none"> Kerangka aturan dan Kebijakan Komunikasi bisnis, edukasi dan pelatihan Profil risiko integritas bisnis dan kepatuhan oleh pihak ke-3 	<ol style="list-style-type: none"> Kanal pelaporan, termasuk whistleblowing Pemantauan, tinjauan dan pelaksanaan pelaksanaan pengelolaan Self-assessment dan audit kepatuhan 	<ol style="list-style-type: none"> Investigasi Sanksi integritas bisnis Perbaikan dan pengendalian kekurangan
<ol style="list-style-type: none"> Rules and Policy Framework Business communication, education and training Business integrity risk profile and compliance by third parties 	<ol style="list-style-type: none"> Reporting channel, include whistle-blowing system Monitoring, review and reporting on the implementation of management Self-assessment and compliance audit 	<ol style="list-style-type: none"> Investigation Business integrity sanction Improvement and control of deficiencies

Mengelola Sumber Daya Manusia Managing Human Resources

Unilever menyadari sepenuhnya bahwa setiap karyawan adalah pribadi yang utuh, setiap orang adalah talent yang harus dikembangkan secara unik karena memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing. Kami sebagai pemberi kerja bertugas membantu karyawan untuk menemukan tujuan kehidupannya (purpose) sehingga mampu berprestasi karena terdorong oleh motivasinya sendiri.

Unilever is fully aware that every employee is an integral person, every person is a talent that should develop uniquely due to his/her respective strengths and weaknesses. We, as an employer, is responsible to support employees to find their purpose, fostering employees to drive performance through self-motivation.

Sejak 2017, Unilever memfasilitasi proses ini melalui Program People with Purpose yang diikuti secara sukarela oleh karyawan setingkat manajer, dan hingga 2019 sebanyak 212 orang dari total 304 karyawan tingkat manajer mengikuti workshop yang membantu untuk menemukan purpose mereka. Hingga 31 Desember 2019, 1.394 karyawan sudah mengikuti program ini.

Since 2018, Unilever has facilitated this process through the People with Purpose Programme, attended voluntarily by manager-level employees. Until the end of 2019, 212 participants of 304 manager level employees have joined the workshop which helped them to find their purpose. Up to December 31, 2019, as many as 1,394 employees have joined this program.

Unilever juga mengantisipasi demografi karyawan di masa depan yang akan didominasi oleh milenial dan telah menetapkan strategi future-fit workforce, yang dibarengi dengan reformasi dalam proses bisnis melalui pemanfaatan digitalisasi. Berdasarkan survei Univoice yang dilaksanakan 2018, dari 92% karyawan yang yakin bahwa mereka bisa menjalani 'purpose'-nya, juga mengatakan bahwa pekerjaan yang sedang dilakukannya telah mendorong mereka untuk berupaya lebih jauh.

Unilever also anticipates employee demography in the future which will be dominated by millennials and has established future-fit workforce strategy coupled with reformation in business processes by capitalizing on digitisation. Based on the Univoice survey conducted in 2018, 92% of employees are convinced that they are able to undergo their purpose and also claim that the jobs they are doing have encouraged them to give their best efforts.

**212 dari 304 Manajer
Berpatisipasi dalam Purpose Workshop**
212 of 304 Managers
Participated in Purpose Workshop

Kompetensi dan kepemimpinan merupakan fokus Perseroan untuk mempersiapkan para pemimpin yang future fit. Rencana Pengembangan individu Unilever memuat rencana jangka panjang yang dikembangkan oleh setiap karyawan dan manajer lini. Kami terus menyelenggarakan pelatihan soft competency, technical competency, profesional, kepemimpinan, dan sertifikasi agar karyawan memiliki pengetahuan, keterampilan dan kepercayaan diri untuk mendukung pertumbuhan bisnis.

Competency and leadership are the Company's focus to prepare future-fit leaders. Unilever's Individual Development Plan contains a long term focus developed by each employee and their line manager. We continue to provide soft competency, technical competency, professional, leadership, and certification training to help employees have the knowledge, skills, and self-confidence to support business growth.



Lanjutan e.

Kata kunci: aspek tanggung jawab produk

Skor yang diberikan:

KN: 1

KL: 1

Halaman: 98, 99

Lanjutan e.

Kata kunci: aspek layanan pelanggan

Skor yang diberikan:

KN: 7

KL: 7

Halaman: 99

f. Tersedia penjelasan untuk mendapatkan laporan.

Skor yang diberikan:

KN: 0

KL: 0

Halaman: -

Tanggung Jawab Produk

Product Responsibility

Menghasilkan produk yang memenuhi spesifikasi keselamatan dan kualitas tinggi adalah prioritas utama kami. Kami mengelola setiap langkah dari siklus desain, produksi: mulai dari pengadaan, penerimaan bahan, proses produksi, pergudangan, dan pengiriman sesuai prosedur tertentu dan inspeksi ketat. Seluruh produk dan teknologi baru kami telah mengalami proses pengujian keamanan dan dilakukan secara independen.

Delivering products that meet high safety and quality specifications is our top priority. We manage every step of the design and production cycle: from procurement, receipt of materials, production process, warehousing and shipping, to be carried out according to certain procedures and strict inspections. All of our new products and technologies have undergone rigorous and independent security testing processes.

Unilever menerapkan standar internasional untuk Sistem Manajemen Mutu dan Keamanan Pangan sebagai jaminan praktik yang baik di pabrik kami. Penerapan sistem ini didukung oleh Safety and Environmental Assurance Center (SEAC). Unilever Indonesia menjamin keamanan produk dan semua yang terlibat dalam proses produksi.

Unilever implements international standards for the Quality Management and Food Safety System as a guarantee of good practice in our factories. The implementation of this system is supported by the Safety and Environmental Assurance Center (SEAC). Unilever Indonesia guarantees the safety of products and all involved in the production process.

Unilever Indonesia menerapkan sertifikasi halal untuk semua 9 pabrik sejak tahun 2016. Selain kualitas, jaminan halal juga merupakan suatu pertimbangan konsumen dalam memilih dan menggunakan suatu produk.

Unilever Indonesia has implemented halal certification for all 9 factories since 2016. In addition to quality, halal assurance is also a consideration for consumers in selecting and using a product.

Unilever Indonesia menyelenggarakan media interaksi Perseroan dengan konsumen dan masyarakat melalui 'Suara Konsumen' baik melalui saluran telepon, surat elektronik maupun media sosial. Setiap inkuiri yang kami terima direspons sesuai dengan standar, sedangkan keluhan yang tidak bisa segera direspons akan ditangani oleh Consumer Advisory Service (CAS) bertanggung jawab untuk menanganinya melalui protokol yang ketat dan harus diselesaikan dalam jangka waktu tertentu dan solusi yang disetujui oleh semua fungsi yang relevan. Jika diperlukan, permasalahan yang dihadapi ditindaklanjuti kepada divisi terkait.

Unilever Indonesia conducts media interaction with consumers and the public through "Consumer Voice", via telephone lines, electronic mail and social media. Every inquiry we receive is responded to in accordance with standard, whilst complaints that cannot be responded to immediately will be handled by the Consumer Advisory Service (CAS), which is responsible for handling it through strict protocols and must be resolved within a certain period of time and a solution approved by all relevant functions. If necessary, the problems faced are followed up with the relevant divisions.

Untuk meningkatkan kinerja layanan, setiap tahun Unilever melaksanakan survei kepuasan konsumen. Hasil survei dan catatan pelayanan konsumen menjadi acuan kami untuk melakukan tindakan perbaikan dan peningkatan layanan konsumen.

To improve service performance, every year Unilever conducts a customer satisfaction survey. The survey results and customer service records serve as our reference to take corrective and customer service actions.

	2019	2018	2017
Consumer Management Performance			
Keluhan yang diterima Complaints received	1.614	1.379	2.441
Keluhan yang diselesaikan Complaints settled	1.614	1.379	2.441

Tidak diungkapkan



Tabel Prinsip Menentukan Kualitas Laporan

5. Keseimbangan (Balance)

<p>C Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p> <p>Hak Cipta © IBIKKG Undang</p> <p>1. Ditarung mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber: a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah. b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.</p> <p>2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.</p>	<p>5. Keseimbangan (Balance)</p> <p>Penghargaan Keberlanjutan 2019 2019 Sustainability Awards</p> <p>Unilever Indonesia memenangkan total 18 penghargaan nasional dan internasional dan sertifikasi untuk produk, tata kelola perusahaan dan inisiatif keberlanjutan pada tahun 2019.</p> <p>Unilever Indonesia won a total of 18 national and international awards & certifications for its brands, corporate governance and sustainability initiatives in 2019</p> <p>CECT Awards 2019 Dari From: Centre for Entrepreneurship, Change and Third Sector Universitas Trisakti</p> <p>Penganugerahan ini diberikan kepada perusahaan yang telah menjalankan CSR mengikuti ISO 26000 dan adanya tahapan penilaian terhadap Annual Report & Sustainability Report yang tersedia sebagai informasi publik pada tahun 2018. Unilever Indonesia meraih 2 penghargaan yaitu:</p> <p>1. CSR Core Subject based on ISO 26000: "Labour Practices". 2. Project-Based CSR & Business Sustainability: Sustainable Living Initiative.</p> <p>This award was given to the companies which have run the CSR in accordance with ISO 26000 and assessment stages on the availability of Annual Report and Sustainability Report as public information in 2018. Unilever Indonesia received 2 awards, namely:</p> <p>1. CSR Core Subject based on ISO 26000: "Labour Practices". 2. Project-Based CSR & Business Sustainability: Sustainable Living Initiative.</p> <p>SBA Award 2019 Dari From: Global Initiatives</p> <p>Unilever Indonesia dalam SBA Indonesia pada tahun 2019 meraih penghargaan dalam kategori:</p> <p>1. Business Responsibility and Ethics. 2. Waste and Material Productivity. 3. Special Recognition: UN Sustainable Development Goals.</p> <p>Unilever Indonesia at SBA Indonesia 2019 received awards for the categories of:</p> <p>1. Business Responsibility and Ethics. 2. Waste and Material Productivity. 3. Special Recognition: UN Sustainable Development Goals.</p> <p>PROPER (Program Penilaian Peringkat Kinerja Lingkungan Hidup Perusahaan/ Company Environmental Performance Rating Programme) 2019 Dari From: Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan RI/ Ministry of Environment and Forestry of the Republic of Indonesia</p> <p>Tahun 2019 Unilever Indonesia mendapatkan kategori Biru untuk PROPER. In 2019, Unilever Indonesia was awarded Blue category for PROPER.</p> <p>Indeks Keberlanjutan Sustainability Index</p> <p>Keselamatan Kerja Karyawan Occupational Health and Safety</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2"></th> <th colspan="2">2019</th> <th colspan="2">2018</th> <th colspan="2">2017</th> </tr> <tr> <th>Laki-laki Male</th> <th>Perempuan Female</th> <th>Laki-laki Male</th> <th>Perempuan Female</th> <th>Laki-laki Male</th> <th>Perempuan Female</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Jumlah insiden kecelakaan kerja Number of accidents at work</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Lost Time Accidents</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>3</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Number of Fatalities*</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Restricted Work Cases</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>2</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Medical Treatment Cases</td> <td>2</td> <td>0</td> <td>5</td> <td>0</td> <td>3</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>First Aid Cases</td> <td>10</td> <td>3</td> <td>21</td> <td>1</td> <td>16</td> <td>4</td> </tr> </tbody> </table> <p>*tidak termasuk insiden fatal yang dikategorikan bukan kecelakaan/ penyakit akibat kerja yaitu 2 kasus Class C dan 8 kasus fatal Class D *not including fatal incident categorized as non-accident/work-related disease, 2 cases of Class C and 8 fatal cases of Class D</p> <p>Keselamatan Kerja Kontraktor Occupational Health and Safety of Contractors</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2"></th> <th colspan="2">2019</th> <th colspan="2">2018</th> <th colspan="2">2017</th> </tr> <tr> <th>Laki-laki Male</th> <th>Perempuan Female</th> <th>Laki-laki Male</th> <th>Perempuan Female</th> <th>Laki-laki Male</th> <th>Perempuan Female</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Jumlah insiden kecelakaan kerja Number of accidents at work</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Lost Time Accidents</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Number of Fatalities*</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Restricted Work Cases</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Medical Treatment Cases</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>1</td> <td>0</td> <td>2</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>First Aid Cases</td> <td>4</td> <td>0</td> <td>3</td> <td>1</td> <td>7</td> <td>0</td> </tr> </tbody> </table> <p>*tidak termasuk insiden fatal yang dikategorikan bukan kecelakaan/ penyakit akibat kerja yaitu 2 kasus Class C dan 8 kasus fatal Class D *not including fatal incident categorized as non-accident/work-related disease, 2 cases of Class C and 8 fatal cases of Class D</p> <p>Menciptakan Tempat Kerja yang Aman dan Sehat Creating a Safe and Healthy Workplace</p> <p>Profil Sumber Daya Manusia Human Capital Profile</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2"></th> <th colspan="2">2019</th> <th colspan="2">2018</th> <th colspan="2">2017</th> </tr> <tr> <th>Laki-laki Male</th> <th>Perempuan Female</th> <th>Laki-laki Male</th> <th>Perempuan Female</th> <th>Laki-laki Male</th> <th>Perempuan Female</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Persentase karyawan berdasarkan gender Percentage of employees by gender</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Direksi/Board of Directors</td> <td>55%</td> <td>45%</td> <td>64%</td> <td>36%</td> <td>64%</td> <td>36%</td> </tr> <tr> <td>Manajer/Managers</td> <td>58%</td> <td>42%</td> <td>60%</td> <td>40%</td> <td>61%</td> <td>39%</td> </tr> <tr> <td>Karyawan keseluruhan tidak termasuk Direksi/All employees (excluding the Board of Directors)</td> <td>81%</td> <td>19%</td> <td>83%</td> <td>17%</td> <td>84%</td> <td>16%</td> </tr> <tr> <td>Jumlah karyawan baru Number of new employees</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>- < 30 tahun/years old</td> <td>228</td> <td>209</td> <td>310</td> <td>110</td> <td>328</td> <td>70</td> </tr> <tr> <td>- 30 - 50 tahun/years old</td> <td>24</td> <td>20</td> <td>22</td> <td>18</td> <td>12</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>- > 50 tahun/years old</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Subtotal</td> <td>254</td> <td>230</td> <td>324</td> <td>128</td> <td>341</td> <td>75</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>484</td> <td>452</td> <td>452</td> <td>416</td> <td>416</td> <td>416</td> </tr> <tr> <td>Tingkat turnover berdasarkan usia Turnover rate by age</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>- < 30 tahun/years old</td> <td>51</td> <td>33</td> <td>39</td> <td>30</td> <td>35</td> <td>33</td> </tr> <tr> <td>- 30 - 50 tahun/years old</td> <td>48</td> <td>21</td> <td>40</td> <td>21</td> <td>87</td> <td>87</td> </tr> <tr> <td>- > 50 tahun/years old</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>1</td> <td>23</td> <td>23</td> </tr> <tr> <td>Rata-rata/Average</td> <td>2,2%</td> <td>5,1%</td> <td>8%</td> <td>9%</td> <td>3%</td> <td>3%</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>2,8%</td> <td>2,3%</td> <td>2,3%</td> <td>4,8%</td> <td>4,8%</td> <td>4,8%</td> </tr> </tbody> </table>		2019		2018		2017		Laki-laki Male	Perempuan Female	Laki-laki Male	Perempuan Female	Laki-laki Male	Perempuan Female	Jumlah insiden kecelakaan kerja Number of accidents at work							Lost Time Accidents	0	0	0	0	3	0	Number of Fatalities*	0	0	0	0	0	0	Restricted Work Cases	0	0	0	0	2	0	Medical Treatment Cases	2	0	5	0	3	0	First Aid Cases	10	3	21	1	16	4		2019		2018		2017		Laki-laki Male	Perempuan Female	Laki-laki Male	Perempuan Female	Laki-laki Male	Perempuan Female	Jumlah insiden kecelakaan kerja Number of accidents at work							Lost Time Accidents	0	0	0	0	1	0	Number of Fatalities*	0	0	0	0	0	0	Restricted Work Cases	1	0	0	0	0	0	Medical Treatment Cases	1	0	1	0	2	0	First Aid Cases	4	0	3	1	7	0		2019		2018		2017		Laki-laki Male	Perempuan Female	Laki-laki Male	Perempuan Female	Laki-laki Male	Perempuan Female	Persentase karyawan berdasarkan gender Percentage of employees by gender							Direksi/Board of Directors	55%	45%	64%	36%	64%	36%	Manajer/Managers	58%	42%	60%	40%	61%	39%	Karyawan keseluruhan tidak termasuk Direksi/All employees (excluding the Board of Directors)	81%	19%	83%	17%	84%	16%	Jumlah karyawan baru Number of new employees							- < 30 tahun/years old	228	209	310	110	328	70	- 30 - 50 tahun/years old	24	20	22	18	12	5	- > 50 tahun/years old	2	1	2	0	0	0	Subtotal	254	230	324	128	341	75	Total	484	452	452	416	416	416	Tingkat turnover berdasarkan usia Turnover rate by age							- < 30 tahun/years old	51	33	39	30	35	33	- 30 - 50 tahun/years old	48	21	40	21	87	87	- > 50 tahun/years old	0	0	0	1	23	23	Rata-rata/Average	2,2%	5,1%	8%	9%	3%	3%	Total	2,8%	2,3%	2,3%	4,8%	4,8%	4,8%
	2019		2018		2017																																																																																																																																																																																																																																							
	Laki-laki Male	Perempuan Female	Laki-laki Male	Perempuan Female	Laki-laki Male	Perempuan Female																																																																																																																																																																																																																																						
Jumlah insiden kecelakaan kerja Number of accidents at work																																																																																																																																																																																																																																												
Lost Time Accidents	0	0	0	0	3	0																																																																																																																																																																																																																																						
Number of Fatalities*	0	0	0	0	0	0																																																																																																																																																																																																																																						
Restricted Work Cases	0	0	0	0	2	0																																																																																																																																																																																																																																						
Medical Treatment Cases	2	0	5	0	3	0																																																																																																																																																																																																																																						
First Aid Cases	10	3	21	1	16	4																																																																																																																																																																																																																																						
	2019		2018		2017																																																																																																																																																																																																																																							
	Laki-laki Male	Perempuan Female	Laki-laki Male	Perempuan Female	Laki-laki Male	Perempuan Female																																																																																																																																																																																																																																						
Jumlah insiden kecelakaan kerja Number of accidents at work																																																																																																																																																																																																																																												
Lost Time Accidents	0	0	0	0	1	0																																																																																																																																																																																																																																						
Number of Fatalities*	0	0	0	0	0	0																																																																																																																																																																																																																																						
Restricted Work Cases	1	0	0	0	0	0																																																																																																																																																																																																																																						
Medical Treatment Cases	1	0	1	0	2	0																																																																																																																																																																																																																																						
First Aid Cases	4	0	3	1	7	0																																																																																																																																																																																																																																						
	2019		2018		2017																																																																																																																																																																																																																																							
	Laki-laki Male	Perempuan Female	Laki-laki Male	Perempuan Female	Laki-laki Male	Perempuan Female																																																																																																																																																																																																																																						
Persentase karyawan berdasarkan gender Percentage of employees by gender																																																																																																																																																																																																																																												
Direksi/Board of Directors	55%	45%	64%	36%	64%	36%																																																																																																																																																																																																																																						
Manajer/Managers	58%	42%	60%	40%	61%	39%																																																																																																																																																																																																																																						
Karyawan keseluruhan tidak termasuk Direksi/All employees (excluding the Board of Directors)	81%	19%	83%	17%	84%	16%																																																																																																																																																																																																																																						
Jumlah karyawan baru Number of new employees																																																																																																																																																																																																																																												
- < 30 tahun/years old	228	209	310	110	328	70																																																																																																																																																																																																																																						
- 30 - 50 tahun/years old	24	20	22	18	12	5																																																																																																																																																																																																																																						
- > 50 tahun/years old	2	1	2	0	0	0																																																																																																																																																																																																																																						
Subtotal	254	230	324	128	341	75																																																																																																																																																																																																																																						
Total	484	452	452	416	416	416																																																																																																																																																																																																																																						
Tingkat turnover berdasarkan usia Turnover rate by age																																																																																																																																																																																																																																												
- < 30 tahun/years old	51	33	39	30	35	33																																																																																																																																																																																																																																						
- 30 - 50 tahun/years old	48	21	40	21	87	87																																																																																																																																																																																																																																						
- > 50 tahun/years old	0	0	0	1	23	23																																																																																																																																																																																																																																						
Rata-rata/Average	2,2%	5,1%	8%	9%	3%	3%																																																																																																																																																																																																																																						
Total	2,8%	2,3%	2,3%	4,8%	4,8%	4,8%																																																																																																																																																																																																																																						
<p>b. Memaparkan penjelasan negatif (misalnya: kerugian, demo, kecelakaan kerja).</p> <p>Skor yang diberikan: KN: 1 KL: 7 Halaman: 74</p>																																																																																																																																																																																																																																												
<p>c. Memaparkan penjelasan positif dan negatif dalam bentuk tren (minimal 3 tahun).</p> <p>Skor yang diberikan: KN: 5 KL: 5 Halaman: 74</p>																																																																																																																																																																																																																																												



6. Perbandingan (*Comparability*)

a. Memaparkan penggunaan metode dan asumsi yang sama dengan laporan sebelumnya (ada/tidak perubahan).
Skor yang diberikan:
KN: 0
KL: 0
Halaman: -

Tidak diungkapkan

b. Memaparkan topik material, pembatasan ruang lingkup dan periode pelaporan (ada/tidak perubahan).
Skor yang diberikan:
KN: 2
KL: 1
Halaman: 116

Batasan dan Ruang Lingkup
Laporan keberlanjutan ini memuat kegiatan Unilever Indonesia yang mencakup kantor pusat, kantor perwakilan, pabrik dan sentra distribusi di seluruh Indonesia. Aspek-aspek yang termasuk dalam rentang kendali tetap tercakup dalam laporan ini, termasuk hak asasi manusia, praktik ketenagakerjaan, kepatuhan atas peraturan perundangan serta kinerja lingkungan pada pemasok dan mitra bisnis dalam rantai pasokan.

c. Memaparkan penjelasan yang dapat diperbandingkan minimal 3 tahun (target, industri sejenis, capaian tahun sebelumnya).
Skor yang diberikan:
KN: 3
KL: 8
Halaman: 25

Uraian Description (Rp juta/Rp million)	2019	2018	2017
Nilai ekonomi yang dihasilkan dan didistribusikan Economic value generated and distributed			
Nilai Ekonomi yang Dihasilkan Economic Value Generated			
Pendapatan Revenue	42.922.563	41.802.073	41.204.510
Nilai Ekonomi yang Didistribusikan Economic Value Distributed			
Biaya Operasi Operating Costs	31.197.368	27.947.947	30.028.269
Biaya Pegawai Employee Wages and Benefits	1.823.423	1.706.039	1.804.581
Dividen Dividend	9.191.962	6.981.450	6.638.100
Pembayaran kepada Pemerintah (pajak, retribusi dll) Payments to Government (taxes, levies, etc)	2.508.935	3.066.900	2.367.099
Investasi Sosial (biaya TISL)* Social Investment (Social and Environmental Responsibility cost)	NR*	NR*	
Jumlah Nilai Ekonomi yang Didistribusikan Total Economic Value Distributed	44.721.688	39.702.336	40.838.049
Nilai Ekonomi yang Dihasilkan dikurangi Nilai Ekonomi yang Didistribusikan Economic Value Generated deducted by Economic Value Distributed	(1.799.125)	2.099.737	366.461

*NR = Tidak dilaporkan secara tersendiri
Not reported separately.

d. Memaparkan penjelasan yang mengarah pada pengungkapan Standar GRI.
Skor yang diberikan:
KN: 8
KL: 8
Halaman: 120 s/d 124

Indeks Standar GRI
GRI Standards Index

Laporan ini disusun sesuai dengan Standar GRI dengan opsi ini dan Panduan Penyajian Sektor Pengolahan Makanan (FPS). This report has been prepared in accordance with GRI Standards with core options and the Food Processing Sector Disclosures (FPS).

Penyajian Standar Umum General Standard Disclosures

GRI Indeks	Pengungkapan	Disclosures	Halaman
Index GRI			Page
GRI 102	Pengungkapan Umum	General Disclosures	
	Profil Organisasi	Organisational Profile	
102-1	Nama organisasi	Name of the organisation	119
102-2	Kegiatan, merek, produk, dan jasa utama	Activities, brands, products and services	119
102-3	Lokasi kantor pusat	Location of headquarters	119
102-4	Jumlah negara tempat operasi	Number of countries of operations	119
102-5	Sifat kepemilikan dan badan hukum	Ownership and legal form	119
102-6	Pasar yang dilayani	Markets served	119
102-7	Skala organisasi	Scale of the organisation	119
102-8	Informasi terkait karyawan dan pekerja lain	Information on employees and other workers	73-74
102-9	Rantai pasokan organisasi	Supply chain of the organisation	12-13
102-10	Perubahan signifikan selama periode pelaporan	Significant changes during the reporting period	Tidak ada perubahan signifikan laporan utama dan rantai pasokan No significant changes in business activities and supply chain
102-11	Prinsip kehati-hatian	Precautionary principle	50
102-12	Inisiatif Eksternal	External Initiatives	23-24, 50, 124
102-13	Keanggotaan Asosiasi	Membership of Associations	112-113
	Strategi	Strategy	
102-14	Pernyataan dari manajemen puncak	Statement from top management	4-7
	Etik dan Integritas	Ethics and Integrity	
102-16	Nilai-nilai, standar dan norma-norma perilaku	Values, standards and norms of behavior	14
102-17	Mekanisme permintaan nasihat dan pertimbangan terkait etik	Mechanism for advice and concerns about ethics	109
	Tata Kelola	Governance	
102-18	Struktur tata kelola	Governance structure	104
	Keterlibatan Pemangku Kepentingan	Stakeholder Engagement	
102-40	Daftar kelompok pemangku kepentingan	List of stakeholder groups	110-111
102-41	Perjanjian Kerja Bersama	Collective Labour Agreement	66
102-42	Identifikasi dan pemilihan pemangku kepentingan	Identifying and selecting stakeholders	111
102-43	Pendekatan untuk melakukan pelibatan pemangku kepentingan	Approach to stakeholder engagement	110-111
102-44	Topik dan perhatian utama	Key topics and concerns raised	110-111
	Praktik Pelaporan	Reporting Practice	
102-45	Entitas yang dicakup dalam laporan keuangan konsolidasian	Entities are included in the consolidated financial statements	116
102-46	Proses untuk menetapkan isi laporan dan Batasan	The process for defining report content and topic boundaries	116

1. Ditaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institusi Basis dan Matematika Kwik Kian Gie



7. Akurasi (Accuracy)

<p>a. Memaparkan data kuantitatif yang akurat</p> <p>Skor yang diberikan: KN: 1 KL: 8 Halaman: 25</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Uraian Description (Rp juta/Rp million)</th> <th>2019</th> <th>2018</th> <th>2017</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td colspan="4">Nilai ekonomi yang dihasilkan dan didistribusikan Economic value generated and distributed</td> </tr> <tr> <td colspan="4">Nilai Ekonomi yang Dihasilkan Economic Value Generated</td> </tr> <tr> <td>Pendapatan Revenue</td> <td>42.922.563</td> <td>41.802.073</td> <td>41.204.510</td> </tr> <tr> <td colspan="4">Nilai Ekonomi Yang Didistribusikan Economic Value Distributed</td> </tr> <tr> <td>Biaya Operasi Operating Costs</td> <td>31.197.368</td> <td>27.947.947</td> <td>30.028.269</td> </tr> <tr> <td>Biaya Pegawai Employee Wages and Benefits</td> <td>1.823.423</td> <td>1.706.039</td> <td>1.804.581</td> </tr> <tr> <td>Dividen Dividend</td> <td>9.191.962</td> <td>6.981.450</td> <td>6.638.100</td> </tr> <tr> <td>Pembayaran kepada Pemerintah (pajak, retribusi dll) Payments to Government (taxes, levies, etc)</td> <td>2.508.935</td> <td>3.066.900</td> <td>2.367.099</td> </tr> <tr> <td>Investasi Sosial (biaya TJSI)* Social Investment (Social and Environmental Responsibility cost)</td> <td>NR*</td> <td>NR*</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Jumlah Nilai Ekonomi yang Didistribusikan Total Economic Value Distributed</td> <td>44.721.688</td> <td>39.702.336</td> <td>40.838.049</td> </tr> <tr> <td>Nilai Ekonomi yang Dihasilkan dikurangi Nilai Ekonomi yang Didistribusikan Economic Value Generated deducted by Economic Value Distributed</td> <td>(1.799.125)</td> <td>2.099.737</td> <td>366.461</td> </tr> </tbody> </table> <p>*NR = Tidak dilaporkan secara tersendiri Not reported separately.</p>	Uraian Description (Rp juta/Rp million)	2019	2018	2017	Nilai ekonomi yang dihasilkan dan didistribusikan Economic value generated and distributed				Nilai Ekonomi yang Dihasilkan Economic Value Generated				Pendapatan Revenue	42.922.563	41.802.073	41.204.510	Nilai Ekonomi Yang Didistribusikan Economic Value Distributed				Biaya Operasi Operating Costs	31.197.368	27.947.947	30.028.269	Biaya Pegawai Employee Wages and Benefits	1.823.423	1.706.039	1.804.581	Dividen Dividend	9.191.962	6.981.450	6.638.100	Pembayaran kepada Pemerintah (pajak, retribusi dll) Payments to Government (taxes, levies, etc)	2.508.935	3.066.900	2.367.099	Investasi Sosial (biaya TJSI)* Social Investment (Social and Environmental Responsibility cost)	NR*	NR*		Jumlah Nilai Ekonomi yang Didistribusikan Total Economic Value Distributed	44.721.688	39.702.336	40.838.049	Nilai Ekonomi yang Dihasilkan dikurangi Nilai Ekonomi yang Didistribusikan Economic Value Generated deducted by Economic Value Distributed	(1.799.125)	2.099.737	366.461																																										
Uraian Description (Rp juta/Rp million)	2019	2018	2017																																																																																								
Nilai ekonomi yang dihasilkan dan didistribusikan Economic value generated and distributed																																																																																											
Nilai Ekonomi yang Dihasilkan Economic Value Generated																																																																																											
Pendapatan Revenue	42.922.563	41.802.073	41.204.510																																																																																								
Nilai Ekonomi Yang Didistribusikan Economic Value Distributed																																																																																											
Biaya Operasi Operating Costs	31.197.368	27.947.947	30.028.269																																																																																								
Biaya Pegawai Employee Wages and Benefits	1.823.423	1.706.039	1.804.581																																																																																								
Dividen Dividend	9.191.962	6.981.450	6.638.100																																																																																								
Pembayaran kepada Pemerintah (pajak, retribusi dll) Payments to Government (taxes, levies, etc)	2.508.935	3.066.900	2.367.099																																																																																								
Investasi Sosial (biaya TJSI)* Social Investment (Social and Environmental Responsibility cost)	NR*	NR*																																																																																									
Jumlah Nilai Ekonomi yang Didistribusikan Total Economic Value Distributed	44.721.688	39.702.336	40.838.049																																																																																								
Nilai Ekonomi yang Dihasilkan dikurangi Nilai Ekonomi yang Didistribusikan Economic Value Generated deducted by Economic Value Distributed	(1.799.125)	2.099.737	366.461																																																																																								
<p>b. Memaparkan metode dan teknik perhitungan data yang disajikan.</p> <p>Skor yang diberikan: KN: 0 KL: 0 Halaman: -</p>	<p style="text-align: center;">Tidak diungkapkan</p>																																																																																										
<p>c. Memaparkan informasi kualitatif yang disertai dengan data pendukung.</p> <p>Skor yang diberikan: KN: 10 KL: 8 Halaman: 49</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>2001</th> <th>2008</th> <th>2013</th> <th>2017</th> <th>2018</th> <th>2019</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Program Brantas Bersih dimulai dan mendukung Kota Surabaya meraih Adipura pada 2006</td> <td>Mengadopsi pendekatan Bank Sampah</td> <td>Menerbitkan Buku Panduan Sistem Bank Sampah dan 10 Kisah Sukses</td> <td>Relaunching bank sampah di 18 kota besar</td> <td>Melibatkan warga sekolah mendirikan Bank Sampah dan memperluas implementasi Bank Sampah</td> <td>3.859 Bank Sampah mencakup di 37 kabupaten/kota dan 12 Provinsi merupakan 40% bank sampah yang terdaftar di KLHK</td> </tr> <tr> <td>Brantas Bersih Programme began and supported Surabaya City to achieve Adipura in 2006</td> <td>Adopted Waste Bank approach</td> <td>Published Waste Bank System Guidelines Book and 10 Success Stories</td> <td>Waste bank relaunching in 18 major cities</td> <td>Engaged school community to establish Waste Bank and expanded its implementation.</td> <td>3,859 Waste Banks covering 37 regencies/cities and 12 provinces were 40% waste bank registered in Ministry of Environment and Forestry</td> </tr> </tbody> </table> <p style="text-align: center;">Buku Panduan Sistem Bank Sampah & 10 Kisah Sukses (PDF 10MB) Daftar Bank Sampah Unilever Indonesia 2019 (PDF 2MB)</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div data-bbox="778 1355 1066 1624"> <p>Unit Units</p> <table border="1"> <tr><th>Year</th><td>2012</td><td>2013</td><td>2014</td><td>2015</td><td>2016</td><td>2017</td><td>2018</td><td>2019</td></tr> <tr><th>Value</th><td>470</td><td>712</td><td>976</td><td>1,258</td><td>1,633</td><td>2,615</td><td>2,816</td><td>3,859</td></tr> </table> </div> <div data-bbox="1085 1355 1380 1624"> <p>Anggota Members</p> <table border="1"> <tr><th>Year</th><td>2012</td><td>2013</td><td>2014</td><td>2015</td><td>2016</td><td>2017</td><td>2018</td><td>2019</td></tr> <tr><th>Value</th><td>28,420</td><td>36,479</td><td>35,756</td><td>55,558</td><td>73,228</td><td>344,274</td><td>429,519</td><td>567,373</td></tr> </table> </div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 20px;"> <div data-bbox="778 1646 1066 1915"> <p>Total Turnover (Miliar Rp/Billion IDR)</p> <table border="1"> <tr><th>Year</th><td>2012</td><td>2013</td><td>2014</td><td>2015</td><td>2016</td><td>2017</td><td>2018</td><td>2019</td></tr> <tr><th>Value</th><td>0,31</td><td>1,70</td><td>2,80</td><td>3,80</td><td>6,45</td><td>8,38</td><td>10,49</td><td>16,85</td></tr> </table> </div> <div data-bbox="1085 1646 1380 1915"> <p>Pengurangan Sampah Anorganik (ton) Inorganic Waste Reduction (ton)</p> <table border="1"> <tr><th>Year</th><td>2012</td><td>2013</td><td>2014</td><td>2015</td><td>2016</td><td>2017</td><td>2018</td><td>2019</td></tr> <tr><th>Value</th><td>331</td><td>1,200</td><td>2,135</td><td>3,739</td><td>4,363</td><td>6,125</td><td>7,779</td><td>12,487</td></tr> </table> </div> </div>	2001	2008	2013	2017	2018	2019	Program Brantas Bersih dimulai dan mendukung Kota Surabaya meraih Adipura pada 2006	Mengadopsi pendekatan Bank Sampah	Menerbitkan Buku Panduan Sistem Bank Sampah dan 10 Kisah Sukses	Relaunching bank sampah di 18 kota besar	Melibatkan warga sekolah mendirikan Bank Sampah dan memperluas implementasi Bank Sampah	3.859 Bank Sampah mencakup di 37 kabupaten/kota dan 12 Provinsi merupakan 40% bank sampah yang terdaftar di KLHK	Brantas Bersih Programme began and supported Surabaya City to achieve Adipura in 2006	Adopted Waste Bank approach	Published Waste Bank System Guidelines Book and 10 Success Stories	Waste bank relaunching in 18 major cities	Engaged school community to establish Waste Bank and expanded its implementation.	3,859 Waste Banks covering 37 regencies/cities and 12 provinces were 40% waste bank registered in Ministry of Environment and Forestry	Year	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Value	470	712	976	1,258	1,633	2,615	2,816	3,859	Year	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Value	28,420	36,479	35,756	55,558	73,228	344,274	429,519	567,373	Year	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Value	0,31	1,70	2,80	3,80	6,45	8,38	10,49	16,85	Year	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Value	331	1,200	2,135	3,739	4,363	6,125	7,779	12,487
2001	2008	2013	2017	2018	2019																																																																																						
Program Brantas Bersih dimulai dan mendukung Kota Surabaya meraih Adipura pada 2006	Mengadopsi pendekatan Bank Sampah	Menerbitkan Buku Panduan Sistem Bank Sampah dan 10 Kisah Sukses	Relaunching bank sampah di 18 kota besar	Melibatkan warga sekolah mendirikan Bank Sampah dan memperluas implementasi Bank Sampah	3.859 Bank Sampah mencakup di 37 kabupaten/kota dan 12 Provinsi merupakan 40% bank sampah yang terdaftar di KLHK																																																																																						
Brantas Bersih Programme began and supported Surabaya City to achieve Adipura in 2006	Adopted Waste Bank approach	Published Waste Bank System Guidelines Book and 10 Success Stories	Waste bank relaunching in 18 major cities	Engaged school community to establish Waste Bank and expanded its implementation.	3,859 Waste Banks covering 37 regencies/cities and 12 provinces were 40% waste bank registered in Ministry of Environment and Forestry																																																																																						
Year	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019																																																																																			
Value	470	712	976	1,258	1,633	2,615	2,816	3,859																																																																																			
Year	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019																																																																																			
Value	28,420	36,479	35,756	55,558	73,228	344,274	429,519	567,373																																																																																			
Year	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019																																																																																			
Value	0,31	1,70	2,80	3,80	6,45	8,38	10,49	16,85																																																																																			
Year	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019																																																																																			
Value	331	1,200	2,135	3,739	4,363	6,125	7,779	12,487																																																																																			

1. Ditaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

© Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)



8. Ketepatan Waktu (*Timeliness*)

<p>a. Memaparkan informasi periode waktu pelaporan.</p> <p>Skor yang diberikan: KN: 3 KL: 3 Halaman: 116</p>	<p>Unilever Indonesia menyajikan Laporan Keberlanjutan yang memuat komitmen, kebijakan, program, kinerja dan dampak kegiatan, produk, dan jasa yang dilakukan Perseroan terhadap aspek ekonomi, sosial dan lingkungan. Informasi di dalamnya melengkapi Laporan Tahunan Unilever Indonesia 2019 yang diterbitkan bersamaan dengan laporan ini.</p> <p>Unilever Indonesia menerbitkan laporan keberlanjutan setiap tahun. Laporan ini memuat kinerja keberlanjutan Perseroan pada periode 1 Januari 2019 sampai dengan 31 Desember 2019. Penyajian data dan informasi dalam laporan keberlanjutan ini disusun mengikuti Standar Laporan Keberlanjutan dari <i>Global Reporting Initiative (GRI)</i> dan Lampiran-II Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 51/POJK.03/2017 tentang Penerapan Keuangan Berkelanjutan bagi Lembaga Jasa Keuangan, Emiten, dan Perusahaan Publik (POJK-51/2017). Laporan ini juga merupakan pelaksanaan <i>Communication on Progress</i> yang merupakan perwujudan komitmen kami dalam inisiatif <i>United Nations Global Compact (UNGC)</i>.</p>
<p>b. Memaparkan informasi tanggal penerbitan laporan.</p> <p>Skor yang diberikan: KN: 0 KL: 0 Halaman: -</p>	<p>Tidak diungkapkan</p>

9. Kejelasan (*Clarity*)

<p>a. Memaparkan informasi dan penulisan dengan jelas serta mudah dipahami.</p> <p>Skor yang diberikan: KN: 0 KL: 0 Halaman: observasi laporan</p>	<p>The image shows the 'Daftar Isi' (Table of Contents) of the Unilever Sustainability Report 2019. It lists various sections such as 'Penjelasan Tema', 'Tentang Kami', 'Strategi Pertumbuhan Unilever', and 'Menciptakan Tempat Kerja yang Aman dan Sehat' with corresponding page numbers. A secondary table on the right lists specific topics like 'Memanfaatkan Bisnis Untuk Kebaikan' and 'Menciptakan Dunia yang Adil dan Inklusif' with page numbers.</p>
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

© Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Insight Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Ditaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



c. Hak cipta dan IBI Kwik Kian Gie
 1. Ditaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

b. Memaparkan informasi yang relevan dengan topik material yang dipilih.
 Skor yang diberikan:
 KN: 5
 KL: 8
 Halaman: observasi laporan

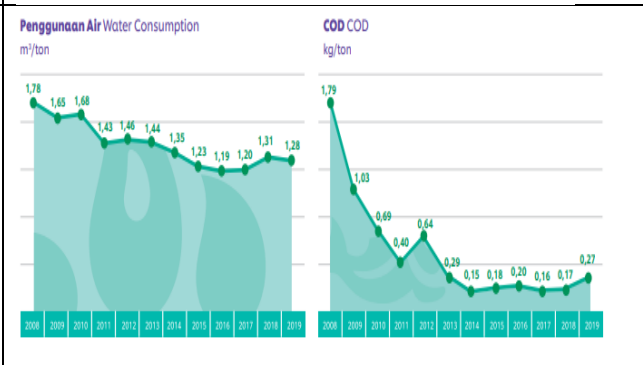
c. Penggunaan grafik, peta dan tabel dalam pemaparan data sehingga mudah dipahami.
 Skor yang diberikan:
 KN: 5
 KL: 8
 Halaman: observasi laporan

d. Memaparkan makna dari penggunaan singkatan.
 Skor yang diberikan:
 KN: 5
 KL: 8
 Halaman: observasi laporan

e. Memaparkan penjelasan keberlanjutan dalam bentuk elektronik (audio, video) atau menyajikan laporan lebih dari dua bahasa.
 Skor yang diberikan:
 KN: 5
 KL: 8
 Halaman: side by side

Brand Kami yang Telah Mewujudkan Tujuan untuk Memberikan Manfaat Sosial dan Lingkungan
 Our Brands that has Realised its Purpose to Deliver Social and Environmental Benefit

 Tujuan Mengajak para ibu untuk memenuhi gizi seimbang demi tumbuh kembang yang optimal. Purpose Encourage mothers to meet a balanced nutrition for optimum growth and development. Misi Mendukung siswa-siswi sekolah dasar akan pentingnya sarapan bernutrisi. Mission Educate primary school students about the importance of nutritional breakfast.	 Tujuan Sepenuh hati melestarikan warisan kuliner Nusantara dan meningkatkan penghidupan petani. Purpose Wholeheartedly preserving Authentic Indonesian Cuisine and improve the livelihood of farmers. Misi Mempopulerkan jajanan kuliner Indonesia melalui forum, menginspirasi para ibu melalui resep makanan Indonesia, dan membantu petani kecil di lahan melalui pelatihan praktik pertanian berkelanjutan. Mission Popularize Indonesian culinary hawkers through trading forums, inspire mothers through Indonesian food recipes, and assist black soybean farmers through training on sustainable farming practices.	 Tujuan Membantu ibu memastikan anak lebih jarang sakit. Purpose Help mothers to ensure their children to rarely get sick. Misi Mengedukasi para anak dan ibu akan pentingnya cuci tangan pakai sabun. Mission Educate children and mothers about the importance of hand washing with soap.
 Tujuan Mengajak anak dan orang tua untuk tumbuh bersama melalui eksplorasi dunia di sekitar mereka. Purpose Encourage children and parents to grow together through the exploration of the world around them. Misi Mengedukasi anak-anak untuk memilih jajanan yang aman dan sehat. Mission Educate children to select safe and healthy snacks.	 Tujuan Meningkatkan kesehatan gigi dan mulut masyarakat. Purpose Improve community's oral health. Misi Mengedukasi anak-anak Sekolah Dasar untuk membangun kebiasaan sikat gigi pagi dan malam, serta memberikan pemeriksaan dan pengobatan gigi gratis untuk masyarakat. Mission Educate Primary School children to build morning and night toothbrush habits, and provide free dental check-ups and treatments for the community.	 Tujuan Mengajak masyarakat untuk menerapkan perilaku higienis di rumah. Purpose Encourage people to apply hygienic behaviour at home. Misi Mengedukasi masyarakat terutama ibu-ibu tentang bagaimana menjaga lantai, toilet, dan kamar mandi higienis agar terlindung dari penyakit. Mission Educate the community, especially mothers, about how to maintain a sanitary floor, toilet, and bathroom to be protected from disease.



Dasar Penentuan Pemangku Kepentingan Basis of Determination of Stakeholders

Dependency (D)	Adanya ketergantungan Unilever pada seseorang atau sebuah organisasi, atau sebaliknya.	Unilever's dependence on someone or an organisation, or vice versa
Responsibility (R)	Adanya tanggung jawab legal, komersial atau etika terhadap seseorang atau sebuah organisasi.	The existence of legal, commercial or ethical responsibility towards someone or an organisation.
Tension (T)	Seseorang atau sebuah organisasi memiliki pengaruh terhadap Unilever terkait isu ekonomi, sosial atau lingkungan tertentu.	Someone or an organisation has an influence on Unilever regarding certain economic, social or environmental issues.
Influence (I)	Seseorang atau sebuah organisasi memiliki pengaruh terhadap Unilever atau strategi atau kebijakan pemangku kepentingan lain.	Someone or an organisation has an influence on Unilever or other stakeholder strategies or policies.
Diverse Perspective (DP)	Seseorang atau sebuah organisasi memiliki pandangan yang berbeda yang dapat mempengaruhi situasi dan mendorong adanya aksi yang tidak ada sebelumnya.	Someone or an organisation has different views that can influence the situation and encourage actions that did not exist before.
Proximity (P)	Seseorang atau sebuah organisasi memiliki kedekatan geografis dan operasional dengan Unilever.	Someone or an organisation has a geographical and operational closeness with Unilever.



10. Keandalan (*Reliable*)



Independent Assurance Statement Report No. 0720/BD/0008/JK

To the management of PT Unilever Indonesia, Tbk

We were engaged by PT Unilever Indonesia, Tbk ('Unilever') to provide assurance in respect to its Sustainability Report 2019 ('the Report'). The assurance engagement was carried out by our highly experienced assurance team whose diverse and complementary skills ensure a high level of competence in carrying out their duties.

Independence

We carried out all assurance undertakings with independence and autonomy having not been involved in the preparation of any key part of the Report. Nor did we provide any services to Unilever during 2019 that could conflict with the independence of the assurance engagement.

Assurance Standards

Our work was carried out in accordance with ISAE3000 'Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information' issued by the International Auditing and Accounting Standards Board. In addition, the work was also planned and carried out to conform to AA1000AS (2008) 'AA1000 Assurance Standards (2008)', issued by AccountAbility.

Level of assurance and criteria used

By designing our evidence-gathering procedures to obtain a limited level of assurance based on ISAE3000 and a moderate level of assurance engagement as set out in AA1000AS (2008) readers of the report can be confident that all risks or errors have been reduced to a very low level, although not necessarily to zero. Moreover, the Report was also evaluated in accordance with the criteria of AA1000 AccountAbility Principles (2018) of Inclusivity, Materiality, Responsiveness and Impact.

Scope of Assurance

2) assessment of the accuracy and quality of the specified sustainability performance information contained within the Report, in relation to the agreed scope, which consisted of:

- Encouraging capabilities through learning
- Improving health and well-being
- Preserving environment.

Responsibility

Unilever is responsible for the preparation of the Report and all information and claims therein, which include established sustainability management targets, performance management, data collection, etc. In performing this engagement, meanwhile, our responsibility to the management of Unilever is solely for the purpose of verifying the statements it has made in relation to its sustainability performance, specifically as described in the agreed scope, and expressing our opinion on the conclusions reached.

Methodology

In order to assess the veracity of certain assertions and specified data sets included within the report, as well as the systems and processes used to manage and report them, the following methods were employed during the engagement process:

- Review of report, internal policies, documentation, management and information systems
- Interview of relevant staff involved in sustainability-related management and reporting
- Following data trails to the initial aggregated source, to check samples of data to a greater depth.

Limitations

Our scope of work was limited to a review of the accuracy and reliability of specified data and interviews with data providers, persons in charge of data collection and processing, as well as persons in charge of sustainability performance-related information.



a. Mencantumkan penilaian asuror independen.

Kata kunci: assurance, pihak ketiga, independen

Skor yang diberikan:

KN: 5

KL: 7

Halaman: 129, 130

Hak Cipta Milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Ditaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS