



25 YEARS

**25 YEARS OF CONTRIBUTION
FOR A BRIGHTER FUTURE**



25 YEARS

PERNYATAAN MENGANDUNG PRAKIRAAN STATEMENTS CONTAIN FORECASTS

Dalam laporan ini terdapat pernyataan yang mengandung prakiraan. Pernyataan-pernyataan tersebut didasarkan pada berbagai proyeksi dan estimasi yang diambil oleh manajemen PT Uni-Charm Indonesia Tbk. Prakiraan juga berasal dari sumber-sumber referensi yang umum dijadikan acuan oleh bisnis, sehingga sebagian maupun keseluruhannya tidak dijamin akan dapat dicapai. Pernyataan tersebut mencantumkan prediksi-prediksi dan asumsi-asumsi yang dapat diterima pada saat laporan ini disusun.

Laporan ini memuat kata “Perseroan” atau “Perusahaan” yang didefinisikan sebagai PT Uni-Charm Indonesia Tbk, sedangkan kata “Unicharm” didefinisikan sebagai Korporasi Unicharm atau Unicharm Grup.

PT Uni-Charm Indonesia Tbk adalah perusahaan yang mengembangkan bisnis dengan produk andalan, yaitu popok bayi, pembalut wanita, popok dewasa, tisu basah, kapas kecantikan, masker dan produk untuk *partner animal* (hewan peliharaan).








This report contains statements that contain forecasts. These statements are based on various projections and estimates taken by PT Uni-Charm Indonesia Tbk’s management. Forecasts also come from sources that are generally used as references by businesses, with the result that some or all of them are not guaranteed to be achieved. The statement includes predictions and assumptions that can be accepted at the time this report was prepared.

This report contains the word “Company” which is defined as PT Uni-Charm Indonesia Tbk, while the word “Unicharm” is defined as Unicharm Corporation or Unicharm Group.

PT Uni-Charm Indonesia Tbk is a company that expands through the sale of its featured products, which include baby diapers, sanitary napkin, adult diapers, wet wipes, cosmetic puff, masks, and products for partner animals (pets).

DAFTAR ISI

TABLE OF CONTENTS

<p>Pendahuluan Preface</p> <p>Pernyataan Mengandung Prakiraan <i>Statements Contain Forecasts</i> 2</p> <p>The Unicharm Way <i>The Unicharm Way</i> 6</p> <p>Masa Depan yang Kami Bayangkan <i>The Future We Envisioned</i> 10</p> <p>Kata Sambutan Direktur Utama <i>Board of Director Forewords</i> 11</p> <p>Tentang Laporan Keberlanjutan <i>About Sustainability Report</i> 15</p> <p>Kebijakan Redaksi <i>Redactional</i> 16</p> <p>Tanggapan terhadap Umpan Balik Laporan Sebelumnya <i>Response to Previous Report Feedback</i> 17</p> <p>Tema Laporan Keberlanjutan <i>Sustainability Report Theme</i> 18</p> <p>Kesinambungan Tema <i>Theme Continuity</i> 19</p> <p>Gambaran Umum Perusahaan <i>Overview of The Company</i> 20</p> <p>Eksansi Bisnis <i>Business expansion</i> 22</p> <p>Pencapaian Keberlanjutan Perusahaan <i>The Company Sustainability Achievements</i> 24</p> <p>Komitmen Keberlanjutan Perusahaan <i>Corporate Sustainability Commitment</i> 26</p> <p>Model Penciptaan Nilai/Model Bisnis <i>Value Creation Model/Business Model</i> 28</p>		 <p>Bab 1 Ikhtisar Kinerja Keberlanjutan Chapter 1: Sustainability Performance Overview</p> <p>Ikhtisar Kinerja Keberlanjutan <i>Sustainability Performance Highlights</i> 33</p> <p>Penghargaan Tahun 2022 <i>Awards in 2022</i> 36</p> <p>Strategi Keberlanjutan <i>Sustainability Strategies</i> 37</p>		<p>Perubahan Organisasi yang Bersifat Signifikan <i>Significant Organizational Changes</i> 50</p> <p>Demografi Karyawan <i>Employee Demographics</i> 50</p> <p>Pelatihan dan Pengembangan Kompetensi Karyawan <i>Employee Competence Training and Development</i> 53</p> <p>Informasi Pemegang Sahamn 31 Desember 2022 <i>Shareholders Information</i> 54</p> <p>Struktur Grup Perusahaan <i>Company Group Structure</i> 56</p> <p>Daftar Entitas Anak <i>List of Subsidiaries</i> 57</p> <p>Inisiatif Eksternal <i>External Initiatives</i> 59</p>
<p>Komitmen Keberlanjutan Perusahaan <i>Corporate Sustainability Commitment</i> 26</p> <p>Model Penciptaan Nilai/Model Bisnis <i>Value Creation Model/Business Model</i> 28</p>		 <p>Bab 2 Profil Perusahaan Chapter 2: Company Profile</p> <p>Profil Perusahaan <i>Company Profile</i> 40</p> <p>Riwayat Singkat Perusahaan <i>Brief History of The Company</i> 42</p> <p>Bidang Usaha <i>Business Fields</i> 43</p> <p>Jejak Langkah <i>Milestones</i> 44</p> <p>Wilayah Operasional <i>Operational Area</i> 46</p> <p>Struktur Organisasi <i>Organizational Structures</i> 47</p> <p>Keanggotaan pada Asosiasi <i>Membership in Associations</i> 47</p> <p>Produk dan Jasa yang dihasilkan <i>Products and Services Produced</i> 49</p>		 <p>Bab 3 Tata Kelola Keberlanjutan Chapter 3: Sustainability Governance</p> <p>Komitmen Menerapkan Tata Kelola Keberlanjutan <i>Commitment to Implement Sustainability Governance</i> 62</p> <p>Struktur Tata Kelola Keberlanjutan Perusahaan <i>Sustainability Governance Company Structure</i> 62</p> <p>Unit Penanggung Jawab <i>Responsible Units</i> 63</p>

DAFTAR ISI

TABLE OF CONTENTS

Tugas dan Tanggung Jawab Tata Kelola Keberlanjutan Perusahaan <i>Duties and Responsibilities of the Company Sustainability Governance</i>	63
Program Pelatihan dan Pengembangan Kompetensi Berkelanjutan <i>Training Program and Competency Development Continuity</i>	68
Manajemen Risiko <i>Risk Management</i>	68
Kode Etik <i>Code of Ethics</i>	70
Hubungan dengan Pemangku Kepentingan <i>Relations with Stakeholders</i>	71
Permasalahan Terhadap Penerapan Keuangan Berkelanjutan <i>Problems Regarding the Implementation of Sustainable Finance</i>	72



Bab 4 Kinerja Keberlanjutan

Chapter 4: Sustainability Performance



Kyo-Sei Life Vision 2030 <i>Kyo-Sei Life Vision 2030</i>	74
Kebijakan Manajemen Dasar <i>Basic Management Policy</i>	75

Konsep Gaya Hidup Baru : “Ethical Living For SDGs” <i>New Lifestyle : “Ethical Living For SDGs”</i>	80
Topik Kunci <i>Key Topic</i>	
Topik Kunci 1: Menjaga Kesejahteraan Individu <i>Key Topic 1: Protecting Individual Welfare</i>	82
Topik Kunci 2: Menjaga Kesejahteraan Masyarakat <i>Key Topic 2: Protecting Community Welfare</i>	89
Topik Kunci 3: Menjaga Kesehatan Planet Kami <i>Key Topic 3: Protecting Our Planet Healthy</i>	94



Bab 5. Kinerja Keberlanjutan



Chapter 5: Sustainability Performance

Kinerja Ekonomi <i>Economic Performance</i>	99
Kinerja Sosial <i>Social Performance</i>	101
Kinerja Lingkungan <i>Environmental Performance</i>	106
Tanggung Jawab Pengembangan Produk/Jasa <i>Product/Service Development Responsibilities</i>	112
Lain-lain <i>Others</i>	116

Pendahuluan

Preface

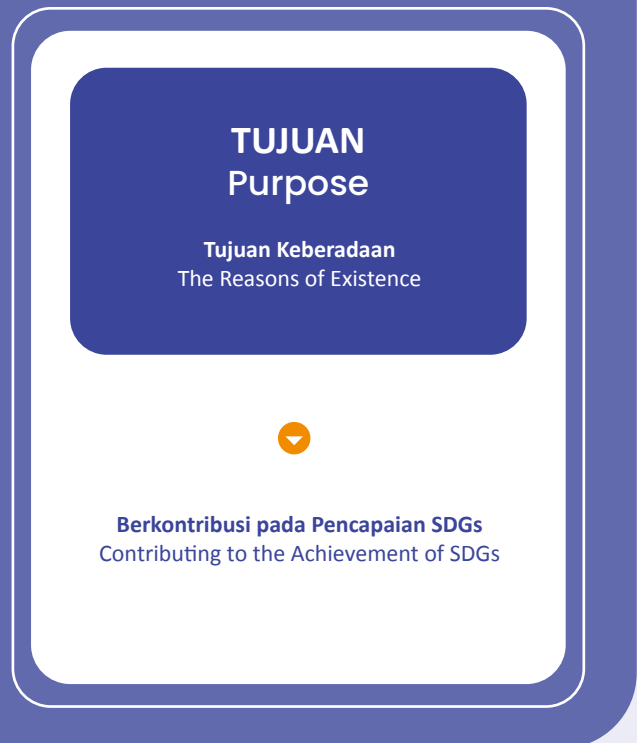
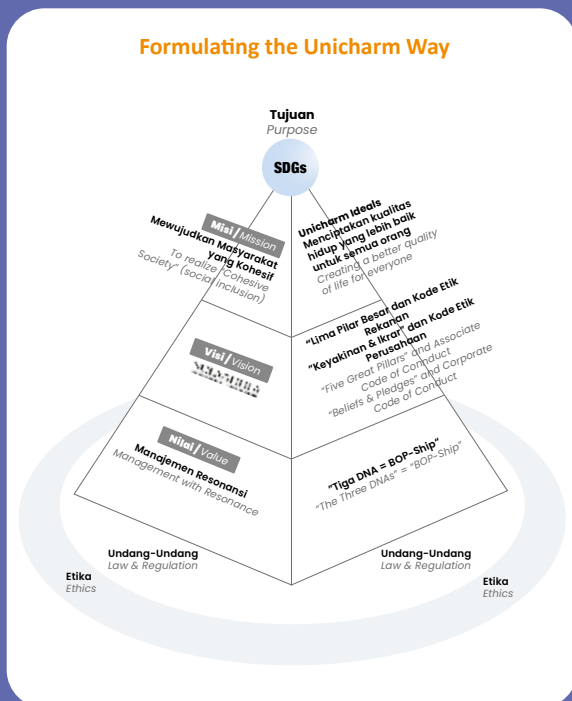


THE UNICHARM WAY

THE UNICHARM WAY

Dalam Dasar Perusahaan Unicharm yang ditetapkan pada tahun 1974, menyatakan komitmen Unicharm untuk berkembang bersama masyarakat, yang telah dijadikan pedoman pengelolaan Perusahaan. Pada tahun 2020, Unicharm memperjelas tujuannya (alasan keberadaannya) untuk berkontribusi terhadap pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs). Pada saat yang sama, memisahkan tujuan ke dalam misi, visi, dan nilai, sambil menentukan apa yang harus dicapai oleh setiap karyawan dan tindakan yang harus mereka ambil untuk mencapai tujuan tersebut.

The Unicharm Ideals, established in 1974, declare Unicharm's commitment to developing together with society, which has served as the guiding principle of the Company's management. In 2020, Unicharm clarified its purpose (reason for existence) as contributing to the achievement of the United Nations Sustainable Development Goals (SDGs). At the same time, we separated our purpose into our mission, vision, and value while specifying what each and every employee should aim to achieve and the actions they should take to that end.



Misi Mission

Apa yang ingin kami capai
What we seek to accomplish

Mewujudkan Masyarakat yang Simbiosis (Inklusi Sosial)

To Realize a Cohesive Society (Social Inclusion)

Masyarakat simbiosis (inklusi sosial) yang dibayangkan oleh Unicharm adalah masyarakat di mana setiap orang hidup mandiri sambil mendukung orang lain dengan cara yang memungkinkan setiap orang berada pada jarak yang wajar, sehingga selain anggota masyarakat yang rentan, juga mereka yang merasa tidak nyaman sementara atau untuk waktu yang lama karena penuaan, sakit, persalinan, menstruasi, atau faktor lain dapat menjalani hidup mereka dengan cara yang mereka inginkan terlepas dari situasinya. Unicharm bertujuan untuk mewujudkan terciptanya masyarakat seperti itu.

The cohesive society (social inclusion) envisioned by Unicharm entails a society in which each person is independent while supporting others in a way that allows everyone to have just the right sense of distance so that, in addition to vulnerable members of society, those who are at a disadvantage either temporarily or for an extended period due to aging, illness, childbirth, menstruation, or other factors can spend their lives in the way they so wish regardless of the situation. Unicharm aims to realize the creation of such a society.

DASAR PERUSAHAAN | UNICHARM IDEALS

1. Perusahaan kita, dengan selalu menciptakan produk dan pelayanan terbaik, serta memperluas pasaran di Jepang dan Internasional, memberikan sumbangan bagi perwujudan kehidupan manusia yang berkelimpahan.
 2. Perusahaan kita, mengusahakan dengan sungguh-sungguh pengelolaan perusahaan yang benar, yaitu menyatukan kemajuan dan perkembangan bisnis, kebahagiaan karyawan dan pemenuhan tanggung jawab kemasyarakatan.
 3. Perusahaan kita, dengan mengutamakan semangat kemandirian, meninggikan panji-panji lima semangat* dengan berdasarkan kejujuran dan keharmonisan untuk membuahkan hasil kerja sama seluruh karyawan.
- (Ditetapkan pada tahun 1974)

*Lima Pilar

(1) Semangat pencipta, (2) Semangat progresif, (3) Semangat cermat, sederhana dan berani, (4) Semangat gotong royong, (5) Semangat menghormati manusia

1. We contribute to creating a better quality of life for everyone by offering only the finest products and services to the market and customers.
2. We strive to pursue proper corporate management principles that combine corporate growth, associate well-being and the fulfillment of the Company's social responsibilities.
3. We bring forth the fruits of cooperation based on integrity and harmony, by respecting the independence of the individual and striving to promote the Five Great Pillars*.

(Established in 1974)

*The Five Great Pillars

(1) Founder's spirit, (2) Enterprising spirit, (3) Spirit of simplicity and fortitude, (4) Spirit of collaboration, (5) Spirit of respecting people.

Visi Vision

Bagaimana kami bertujuan untuk mencapai misi kami
How we aim to accomplish our mission

Menerapkan "NOLA & DOLA"

Implementing "NOLA & DOLA"

"NOLA & DOLA," adalah filosofi perusahaan yang mengandung arti ingin mewujudkan impian semua orang, dengan mempersempit produk dan layanan untuk memberikan dukungan yang lembut untuk pikiran dan tubuh agar semua pelaku kehidupan, dari bayi hingga usia lanjut dapat terbebas dari berbagai beban dan dapat memenuhi impian mereka. Kami akan mewujudkan "Masyarakat simbiosis" melalui persembahan nilai "NOLA & DOLA". "NOLA & DOLA," Unicharm corporate philosophy, articulates the Company's aim to supply all people, from newborns to the elderly, with products and services that provide mental and physical support through gentle care so that they may be free of their burdens and can fulfill their dreams. Offering value in terms of "NOLA & DOLA" will allow us to realize a cohesive society.

Membantu membebaskan orang-orang dari berbagai beban agar mereka dapat menikmati kesehatan yang baik dalam pikiran dan tubuh

Helping free people from various burdens to enable them to enjoy good health, both in mind and body.

"NOLA" mewujudkan penghilangan hal-hal negatif, seperti ketidaknyamanan, ketidakpraktisan, dan kondisi tidak higienis—dengan kata lain, penyediaan nilai yang bertujuan untuk menghilangkan kondisi kehidupan negatif.

"NOLA" embodies the dispelling of negativity, such as discomfort, inconvenience, and unsanitary conditions— in other words, the provision of value that aims to elevate people from negative to neutral living conditions.

Berkontribusi untuk memenuhi impian setiap orang

Contributing to fulfilling the dreams of each and every person

"DOLA" mengungkapkan penciptaan nilai yang bertujuan untuk menjadikan kondisi kehidupan yang netral ke kondisi kehidupan yang positif, yang memungkinkan mereka mengalami kegembiraan hidup dan kesenangan serta mewujudkan impian mereka.

"DOLA" expresses the creation of value that aims to raise people from neutral to positive living conditions, allowing them to experience the joy of living and of pleasure and to fulfill their dreams.

NOLA

Necessity of Life with Activities

DOLA

Dreams of Life with Activities



PENDAHULUAN

Preface

LIMA SEMANGAT DAN PEDOMAN TINDAKAN | FIVE GREAT PILLARS AND ASSOCIATE CODE OF CONDUCT

1. Kreasi dan Inovasi

Kami, menghargai penciptaan nilai-nilai baru terhadap masyarakat, dan selalu mempunyai tekad untuk membuat perubahan.

2. Ownership

Kami, mewarisi semangat perintis, dengan pandangan yang menyeluruh, berusaha menciptakan topik pekerjaan dan menyelesaikan demi pencapaian Target Manajemen.

3. Challenger-ship

Kami, akan terus mengubah kemampuan kami tanpa takut gagal dan mempertahankan sikap positif berdasarkan keyakinan pada kapasitas tantangan untuk memanfaatkan potensi yang tak terbatas.

4. Leadership

Kami, akan menjadi pemimpin yang mampu memastikan jalan yang harus ditempuh organisasi, dan menggerakkan orang dengan kemauan sendiri.

5. Fair Play

Kami, melaksanakan kegiatan perusahaan secara adil, yang menggabungkan antara semangat menghormati kemanusiaan, dan rasa etika yang tinggi.

Ditetapkan pada tahun 1999

1. Creativity & Innovation

We will respect the creation of new social values and maintain a spirit that always seeks out innovation.

2. Ownership

We will follow in the footsteps of our founder and strive to identify and solve the issues from a company-wide perspective for achieving our management targets.

3. Challenger-ship

We will continue to transform our abilities without fear of failure and maintain a positive attitude based on our belief in the ability to face challenges in order to tap into untapped potential.

4. Leadership

We will become leaders who are capable of motivating people with our own determination by clearly showing the way for the organization to move forward.

5. Fair Play

We will carry out fair corporate activities that combine the spirit of respecting humanity and dignity with high ethical standards.

Established in 1999

TEKAD DAN JANJI DAN PRINSIP TINDAKAN PERUSAHAAN |

BELIEFS AND PLEDGES AND THE CORPORATE CODE OF CONDUCT

• Janji kepada konsumen

Perusahaan kita, berjanji untuk mendapat dukungan No.1 dengan selalu mencurahkan seluruh tenaga kami.

• Janji kepada pemegang saham

Perusahaan kita, berjanji untuk mewujudkan pengembalian profit terbaik di dunia usaha.

• Janji kepada mitra bisnis

Perusahaan kita, berjanji untuk menjaga hubungan yang adil dan wajar, mewujudkan pertumbuhan yang sehat.

• Janji kepada karyawan

Perusahaan kita berjanji memberikan rasa percaya diri dan rasa bangga kepada setiap karyawan dengan cara mewujudkan kebahagiaan karyawan beserta keluarganya.

• Janji kepada masyarakat

Perusahaan kita, berjanji melalui seluruh kegiatan perusahaan, akan membantu terwujudnya kepuasan moral dan ekonomi baik bagi semua orang yang terlibat di dalamnya maupun seluruh masyarakat.

Ditetapkan pada tahun 1999

• Pledge to our customers

We pledge to earn our customers' full support by always doing everything we can.

• Pledge to our shareholders

We pledge to distribute industry-leading returns to shareholders.

• Pledge to business partners

We pledge to achieve mutual growth by maintaining a fair and equitable relationship.

• Pledge to associates

We pledge to achieve the happiness of associates and their family members by filling each of them with confidence and pride.

• Pledge to societies

We pledge to contribute to the economic and emotional fulfillment of the entire population through our corporate activities

Established in 1999

Nilai Value

Aspirasi yang mendasari kami
Our underlying aspiration

Menjalankan Manajemen Resonansi

Promoting Management With Resonance

Manajemen resonansi adalah model manajemen terpadu yang dijalankan oleh semua karyawan Unicharm. Model ini berfungsi sebagai kerangka kerja bagi tim manajemen senior dan karyawan garis depan untuk bekerja sebagai satu kesatuan menuju tujuan bersama. Semua karyawan Unicharm bertujuan untuk mewujudkan tujuan bersama untuk menciptakan masyarakat yang kohesif dengan menyelaraskan arah sambil terus berpikir dan bertindak dari diri mereka sendiri.

Management with resonance is a unified management model promoted by all of Unicharm employees. This model serves as a framework for the senior management team and frontline employees to work as one toward a shared goal. All Unicharm employees aim to realize their shared goal of creating a cohesive society by aligning their direction while constantly thinking and acting for themselves.

BOP-SHIP DAN TIGA DNA | BOP-SHIP AND THE THREE ASPECTS OF OUR DNA

Membentuk tulang punggung aktivitas Unicharm, BOP-Ship—yang terdiri dari *Best Practice-ship*, *Ownership*, dan *Partnership*—mewakili penulisan ulang dari Tiga DNA, yang dengan sendirinya mewujudkan budaya dan semangat perusahaan yang telah diwariskan tanpa henti sejak perusahaan kita, untuk memungkinkan karyawan di berbagai negara dan wilayah di seluruh dunia untuk lebih memahami Tiga DNA.

Forming the backbone of Unicharm activities, BOP-Ship—comprising Best Practice-ship, Ownership, and Partnership—represents a rewording of the Three Aspects of Our DNA, which itself embodies the corporate culture and spirit that has been passed on ceaselessly since our founding, to enable employees in various countries and regions throughout the world to better understand the Three Aspects of Our DNA.

BOP-SHIP | BOP-SHIP

- **Best Practice-ship**

Dengan rendah hati, aktif mencari dan mengumpulkan cara terbaik dari berbagai sumber terbaik di dunia dan segera menerapkannya ke dalam pekerjaan sehari-hari dengan focus pada kecepatan.

Best Practice-ship refers to accumulating the best practices, abandoning the past, constantly making updates and incorporating the best practices at the time with an emphasis on speed.

- **Ownership**

Menganggap semua hal adalah masalah diri sendiri, melakukan penyelesaian secara fokus untuk menerobos kesulitan secara mandiri.

Ownership refers to recognizing everything as “our own matter” and thinking and acting on our own initiative as if we were paranoid for overcoming the difficulties.

- **Partnership**

Menciptakan kondisi di mana kami bisa bekerja sama dengan memikirkan kepentingan orang lain, tidak hanya kepentingan diri sendiri.

Partnership entails always respecting collaboration with the peers with a mind of altruism. Collaboration creates the internal and external cross-organizational communication and its further development will lead to innovation.

TIGA DNA | THREE ASPECTS OF OUR DNA

Ciptakan nilai melalui transformasi pribadi

Create value through personal transformation

Mengubah diri sendiri dan mencapai pertumbuhan pribadi untuk menciptakan nilai baru
Changing yourself and achieving personal growth to create new value

Temukan tujuan dalam diri kami sendiri

Find reason within ourselves

Bertumbuh dengan belajar dari kegagalan
Growing through learning from failures

Pertahankan posisi No. 1 melalui layanan yang berkelanjutan dan berdedikasi

Maintain our No. 1 position through continued and dedicated services

Selalu menyediakan pelanggan kami dengan kepuasan tertinggi
Always providing our customers with the highest satisfaction

MASA DEPAN YANG KAMI BAYANGKAN

THE FUTURE WE ENVISION

Yaitu sebuah masyarakat di mana setiap orang dapat memaksimalkan potensi individu dan menjalani kehidupan sepenuhnya.

Sebuah masyarakat di mana kami hidup berdampingan dengan nyaman, saling membantu dan menghormati kemandirian bersama.

Unicharm terus mempertimbangkan setiap momen kehidupan. Dari lahir hingga dewasa, dan seluruh usia, dari generasi ini ke generasi berikutnya, dan bertahun-tahun ke depan.

Kami berupaya mewujudkan dunia yang beragam, inklusif, dan berkelanjutan, melindungi dan mendukung kehidupan manusia dan masyarakat melalui “kebaikan” dalam berbagai bentuk.

Perawatan bayi yang memuaskan bayi beserta keluarga. Asuhan keperawatan yang membantu orang menjalani kehidupan penuh pada usia berapa pun.

Lingkungan yang memastikan hewan peliharaan disambut hangat oleh keluarga dan lingkungan sekamir.

Perawatan kewanitaan yang membantu mengangkat semangat selama siklus bulanan.

Kebersihan yang baik yang membantu meningkatkan dan memperluas interaksi yang menyenangkan bagi semua orang. Inilah kebaikan yang selalu kami hargai di Unicharm.

Sebagaimana kami menciptakan dan memperluas kebaikan seperti itu, Kami harus menekankan pada kesejahteraan individu, masyarakat dan planet kami secara keseluruhan.

Saat kami membayangkan manufaktur yang menopang ekonomi lokal, Kami membayangkan wajah orang-orang di tempat kerja dan keluarga mereka.

Saat kami mempertimbangkan peralihan dinamis ke energi terbarukan, kami memvisualisasikan masa depan dengan pengurangan pemanasan global.

Di Unicharm, Kami berupaya agar semua aktivitas bisnis Kami mencerminkan kebaikan. Dengan demikian Kami dapat berkontribusi pada dunia yang beragam, inklusif, dan berkelanjutan untuk masa depan Kami.

Unicharm terus menjalankan bisnis sambil memperjuangkan kebebasan individu untuk mengejar cara hidup mereka sendiri, berdasarkan filosofi perusahaan kita “NOLA & DOLA.”

Dalam dekade mendatang, Unicharm akan terus menegaskan cita-cita ini, memberikan kebaikan dan dukungan setiap saat, dan sepanjang hidup.

A society in which everyone can maximize individual potential and live life to its fullest.

A society in which we comfortably coexist, helping each other while respecting mutual independence.

Unicharm continually considers every moment of life. From birth to adulthood, and all the years in between. From this generation to the next, and many years into the future.

We endeavor to realize a diverse, inclusive, and sustainable world, protecting and supporting life for people and society through “kindness” in various forms.

Baby care that supports and comforts both infants and families. Nursing care that helps people live a full life at any age.

Environments that ensure our partner animals (pets) a warm welcome by the family and neighborhood.

Feminine care that helps lift spirits during the monthly cycle.

Good hygiene, which helps increase and expand fun interactions for everyone. This is kindness that we at Unicharm have always valued.

As we create and expand such goodness, we must emphasize the well-being of individuals, communities, and our planet as a whole.

When we think of manufacturing that supports local economies, we think of the faces of people at work and their families.

When we consider the dynamic shift to renewable energy, we envision a future with reduced global warming.

At Unicharm, we strive to reflect goodness in all of our business activities. Thus, we can contribute to a diverse, inclusive, and sustainable world for our future.

Unicharm continues to conduct business while fighting for individual freedom to pursue their own way of life, based on our corporate philosophy, “NOLA & DOLA.”

In the coming decades, Unicharm will continue to affirm this ideal, providing kindness and support at all times and throughout life.

* “NOLA & DOLA” (*Necessity of Life with Activities & Dream of Life with Activities*)
Filosofi perusahaan kita: Unicharm bertujuan untuk menyediakan semua orang, dari bayi baru lahir hingga lansia, dengan produk dan layanan yang mendukung mental dan fisik melalui perawatan yang ramah sehingga mereka dapat terbebas dari beban dan dapat mewujudkan impian mereka.

* “NOLA & DOLA” (*Necessity of Life with Activities & Dreams of Life with Activities*)
Our corporate philosophy: Unicharm aims to provide everyone, from newborns to the elderly, with products and services that support them mentally and physically through friendly care so they can be carefree and can fulfill their dreams.

KATA SAMBUTAN DIREKTUR UTAMA

MESSAGE FROM THE PRESIDENT DIRECTOR



“

Berkontribusi dalam mewujudkan Masyarakat Simbiosis melalui Pertumbuhan Perseroan yang berkelanjutan, menuju perwujudan SDGs sebagai “Purpose” perseroan

Contributing to realizing a Symbiosis Society through sustainable Company Growth, towards the realization of the SDGs as the company’s “Purpose”.



PENDAHULUAN

Preface

Pelaksanaan Strategi Menuju Pencapaian Target pasca pandemi COVID-19

Pada tahun 2022 ancaman akan penyebaran virus COVID-19 pun semakin berkurang, dan di tengah munculnya Era “*New Normal*” , kondisi aktivitas yang dilakukan di luar rumah secara bersama-sama termasuk ibadah di bulan Ramadhan serta mudik telah diperbolehkan, sehingga pergerakan orang meningkat serta masyarakat kembali normal sehingga menghidupkan kembali perekonomian. Selain itu, pada akhir tahun 2022, pemerintah Indonesia telah mencabut PPKM, yaitu kebijakan pembatasan kegiatan, dan bergerak ke masa depan baru dimana kita hidup berdampingan dengan COVID-19, kembali ke kehidupan yang lebih bebas.

Terkait performa bisnis perseroan, pemulihan market dari pandemi COVID-19, dan juga melalui pertumbuhan bisnis di *Modern Market*, dan *Traditional Market*, sehingga sesuai dengan Laporan Keuangan untuk tahun fiskal yang berakhir pada Desember 2022, penjualan mencapai Rp10 triliun, naik 13,2% dibandingkan tahun sebelumnya, dimana ini merupakan rekor tertinggi sepanjang sejarah perseroan. Walaupun laba usaha turun di bawah tahun sebelumnya karena kenaikan biaya promosi penjualan karena faktor khusus yang terjadi di tahun 2021, Laba kotor tetap pada tingkat yang sama seperti tahun sebelumnya, karena kami mengimbangi kenaikan biaya bahan baku dan biaya logistik yang sangat pesat melalui *value transfer*.

Bertujuan untuk mewujudkan tujuan SDGs dengan mengkampanyekan slogan perusahaan yaitu “Ethical Living for SDGs”

Pada tahun 2021, kami meluncurkan konsep gaya hidup baru yang disebut “*Ethical Living for SDGs*” dan memulai aktivitas untuk memberikan kenyamanan tidak hanya bagi lingkungan perseroan tetapi juga untuk para konsumen. *Ethical Living for SDGs* bertujuan untuk menjadi perusahaan yang maju dan beretika serta menembus seluruh konsumen Indonesia guna mewujudkan lingkungan dimana setiap orang dapat hidup dengan nyaman. Kami mengimplementasikan kegiatan berikut pada tahun 2022 untuk mewujudkan tujuan dari SDGs.

Kegiatan untuk Merealisasikan Lingkungan yang Makmur

1. Pabrik di Jawa Timur yang berlokasi di Ngoro, Mojokerto, Jawa Timur, telah memperoleh sertifikasi PROPER Level “BIRU” di bawah yurisdiksi Kementerian Lingkungan Hidup, Indonesia. Kami diakui sebagai pabrik yang mematuhi semua undang-undang lingkungan yang ditetapkan oleh pemerintah Indonesia dan berkontribusi terhadap pelestarian lingkungan.
2. Mengingat jumlah sampah semakin meningkat karena pertumbuhan ekonomi, kami telah bekerja sama dengan Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi Republik Indonesia untuk mempromosikan pentingnya memilah dan mendaur ulang sampah. Dengan original karakter kami yaitu Pokojang sebagai *Ambassador*, dengan tema “*Pemilahan Sampah*”, kami menggunakan video dan materi yang telah kami buat sendiri dengan target siswa sekolah dasar, dan kegiatan ini telah dilakukan di Sekolah Dasar Negeri di Daerah Khusus Ibukota Jakarta pada bulan September 2022 dan di Sekolah Dasar Negeri dekat pabrik Karawang pada bulan Desember 2022.
3. Seiring dengan semakin seriusnya dampak perubahan iklim dari tahun ke tahun, untuk mengurangi emisi CO₂, kami telah memasang Pembangkit Listrik Tenaga Surya (PLTS) dengan kapasitas 6 MWp, dan telah mengoperasikan 1 bagian saja di *Factory 1* kami yang berlokasi di kawasan industri KIIC di Karawang, Jawa Barat.

Implementing Goal-Achieving Strategies Following the COVID-19 Pandemic

In 2022, the threat posed by the COVID-19 virus became more prevalent, and as the “*New Normal*” Era begins to take shape, conditions for communal activities carried out outside the home, such as Ramadan prayer and homecoming, have been made legal. This will encourage greater social interaction and a return to regular activities in society, which will help boost the country’s economy. Additionally, at the end of 2022, the Indonesian government has revoked PPKM, a policy that restricts activities, and will be transitioning to a new future in which we will coexist with COVID-19 and return to a more liberated way of life.

In terms of the company’s business performance, market recovery from the COVID-19 pandemic, as well as business growth in the Modern Market and Traditional Market, so that it will be in line with the Financial Statements for the fiscal year ending in December 2022, sales reached IDR 10 trillion, has increased 13.2% compared to the previous year, which is the highest record in the company’s history. Gross profit remained at the same level as the prior year despite operating profit declining below that of the prior year due to an increase in sales promotion costs brought on by unique circumstances that occurred in 2021. This is because we used value transfers to offset the very rapid increase in raw material costs and logistics costs.

Aims to realize the SDGs goals by campaigning for the company’s slogan, namely “Ethical Living for SDGs”

In 2021, we introduced a brand-new lifestyle concept named “*Ethical Living for SDGs*” and began to work on initiatives to make customers and the workplace environment more comfortable. *Ethical Living for SDGs* wants to penetrate all Indonesian customers and develop into an advanced, ethical business in order to build a society where everyone may live comfortably. To achieve the SDGs’ objectives in 2022, we will put the following initiatives into practice.

Activities to Realize a Prosperous Environment

1. A factory in East Java located in Ngoro, Mojokerto, East Java, has obtained the “BLUE” PROPER Level certification under the jurisdiction of the Ministry of Environment, Indonesia. We are recognized as a factory that complies with all environmental regulations established by the Indonesian government and helps to protect the environment.
2. Considering that the amount of waste is increasing due to economic growth, we have collaborated with the Ministry of Education, Culture, Research and Technology of the Republic of Indonesia to promote the importance of sorting and recycling waste. With our original character, namely Pokojang as an Ambassador, and the theme “*Waste Sorting*”, we use videos and materials that we have made ourselves targeting elementary school students, and this activity was carried out at Public Elementary Schools in the Special Capital Region of Jakarta in September 2022 and at a public elementary school near the Karawang factory in December 2022.
3. As the impacts of climate change are getting more serious from year to year, to reduce CO₂ emissions, we have installed a Solar Power Plant (PLTS) with a capacity of 6 MWp, and have operated only one part of our Factory 1, which is located in the KIIC industrial area in Karawang, West Java.



4. Dalam rangka mengurangi dampak lingkungan yang disebabkan oleh penggunaan plastik yang berasal dari minyak bumi yang telah menjadi masalah global, bertepatan dengan Hari Lingkungan Hidup Sedunia tahun 2022, kami meluncurkan pembalut wanita menggunakan bahan yang mengandung “Bio Material.” CHARM Herbal Ansept+ Bio” yang kami luncurkan sebagai produk edisi terbatas. Melalui peluncuran produk ini, kami berharap dapat mengurangi penggunaan plastik yang berasal dari minyak bumi dan mengajak konsumen Indonesia untuk berkontribusi dalam pengurangan sampah plastik.
5. Sebagai upaya berkelanjutan, setiap pabrik mengupayakan kegiatan penghematan energi, energi terbarukan, dan pengurangan limbah untuk menciptakan lingkungan yang berkelanjutan.

Memberikan pengetahuan yang benar kepada konsumen

Dengan slogan “AYO SADARI SETELAH MENSTRUASI” , brand produk pembalut wanita kami “Charm”, bekerja sama dengan YKPI (Yayasan Kanker Payudara Indonesia) dan Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, kami telah melakukan Konferensi Press pada bulan Oktober lalu, sekaligus memperingati Bulan Kesadaran Kanker Payudara. Upaya ini merupakan pertama kalinya di Indonesia dimana Produsen, Lembaga Masyarakat, dan Lembaga Pemerintah berkolaborasi dengan tema Deteksi Dini Kanker Payudara. “Charm” juga berdonasi kepada YKPI sebagai kegiatan edukasi untuk SADARI (Periksa Payudara Sendiri) dan berkontribusi dalam mewujudkan “nol deteksi kanker payudara stadium akhir” yang digalakkan Kementerian Kesehatan Republik Indonesia.

Kontribusi sosial melalui kegiatan perusahaan

1. Banyak wilayah Indonesia yang mengalami bencana alam seperti tanah longsor, banjir dan gempa bumi. Di tahun 2022, kami mendonasikan produk untuk mendukung daerah yang terkena gempa di Pasaman, Sumatera Barat, dan di Cianjur - Jawa Barat.
2. Sejak tahun 2020, kami terus memberikan dukungan kepada Rachel House, yaitu yayasan nirlaba pertama di Indonesia yang mempromosikan perawatan paliatif untuk pasien kanker anak dari keluarga yang berpenghasilan rendah. Kami menyumbangkan MamyPoko yang merupakan popok sekali pakai, sebagai salah satu kebutuhan dalam perawatan paliatif sebagai bagian dari upaya kami untuk membantu pasien kanker anak kembali ke sekolah dengan lancar dan mendukung mereka dan juga keluarga mereka.
3. Sejak 2017, kami terus mendukung Buku Panduan Haji Indonesia, dan pada tahun 2019, kami memberikan dukungan sebagai Sponsor Utama. Pada tahun 2020-2021 karena pandemic COVID-19, hanya warga negara Arab Saudi dan penduduk setempat yang dapat menunaikan ibadah haji, namun pada tahun 2022, jamaah Indonesia juga dapat melaksanakan ibadah haji. Sebagai pemimpin pasar domestik Indonesia, kami turut mensponsori Buku Panduan Jemaah Haji dan mendistribusikan popok dewasa, Lifree Pants, untuk menjaga kebersihan jemaah dan mendukung kenyamanan jemaah haji.

Mewujudkan Masyarakat Simbiosis bagi Partner Animal (Pet)

Kami sedang mengembangkan 3 kategori bisnis utama yaitu, *Baby Care*, *Feminine Care*, dan *Wellness Care*. Di *Supporting Category*, kami memasuki *market Pet Care* pada tahun 2021 sebagai pilar bisnis kelima kami. Di Indonesia, di masa pandemi Covid-19 dimana kita semua dipaksa untuk menahan diri dan pembatasan pergerakan, dan semakin banyak orang yang tinggal di rumah karena tidak dapat keluar, sehingga jumlah binatang peliharaan kucing dan anjing pun meningkat. Bertujuan untuk

4. In order to reduce the environmental impact caused by the use of plastic derived from petroleum, which has become a global problem, coinciding with World Environment Day 2022, we launched sanitary napkins using materials containing “Bio Material.” CHARM Herbal Ansept+ Bio” which we launched as a limited edition product. Through the launch of this product, we hope to reduce the use of plastic derived from petroleum and invite Indonesian consumers to contribute to reducing plastic waste.
5. As a sustainable effort, each factory seeks activities to save energy, use renewable energy, and reduce waste to create a sustainable environment.

Providing the right knowledge to consumers

With the slogan “LET’S BSE AFTER MENSTRUATION”, our sanitary napkin brand “Charm”, collaborated with YKPI (Indonesian Breast Cancer Foundation) and the Ministry of Health of the Republic of Indonesia, we held a press conference last October, as well as commemorate Breast Cancer Awareness Month. This effort is the first time in Indonesia that producers, community organizations, and government agencies collaborate on the theme of early detection of breast cancer. “Charm” was also donated to YKPI as an educational activity for BSE (Breast Self-Examination) and contributed to realizing “zero detection of late-stage breast cancer” promoted by the Ministry of Health of the Republic of Indonesia.

Social contribution through corporate activities

1. Many areas of Indonesia have experienced natural disasters such as landslides, floods, and earthquakes. In 2022, we donated products to support earthquake-affected areas in Pasaman, West Sumatra, and Cianjur - West Java.
2. Since 2020, we have continued to provide support to Rachel House, the first non-profit foundation in Indonesia that promotes palliative care for pediatric cancer patients from low-income families. We donated MamyPoko, which is a disposable diaper, as one of the needs in palliative care as part of our efforts to help pediatric cancer patients return to school smoothly and support them and their families.
3. Since 2017, we have continued to support the Indonesian Hajj Guidebook, and in 2019, we are providing support as Main Sponsor. In 2020-2021 due to the COVID-19 pandemic, only Saudi Arabian citizens and local residents can perform the pilgrimage, but in 2022, Indonesian pilgrims can also perform the pilgrimage. As the leader in Indonesia’s domestic market, we also sponsor the Pilgrimage Handbook and distribute adult diapers, Lifree Pants, to maintain the cleanliness of pilgrims and support their comfort.

Creating Symbiosis Society for Partner Animal (Pet)

We are currently developing 3 main business categories namely, *Baby Care*, *Feminine Care*, and *Wellness Care*. In the *Supporting Category*, we entered the *Pet Care* market in 2021 as our fifth business pillar. In Indonesia, during the Covid-19 pandemic where we were all forced to restrain ourselves and limit our movements, and more and more people stayed at home because they couldn’t go out, the number of pets, cats and dogs, increased. Aiming to achieve a clean, healthy, and happy



PENDAHULUAN

Preface

mencapai kehidupan yang bersih, sehat dan bahagia bagi pemilik dan hewan peliharaan, kami telah meluncurkan Deo-Toilet untuk kucing dan Deo-Sheet untuk anjing, yang ramah terhadap lingkungan. Mempertimbangkan hewan sebagai mitra dan menunjukkan kepedulian dan berkontribusi terhadap kesejahteraan hewan peliharaan, kami berpartisipasi dalam acara memperingati berdirinya Rumah Kucing Parung (*Cat Shelter*) bernama WINDURI, dan menyumbangkan Deo Toilet untuk kucing dan juga memberikan donasi.

Pada tahun 2022, kami berkontribusi terhadap performa seluruh perusahaan, dan meningkatkan tingkat pengenalan terhadap perusahaan melalui berbagai macam kegiatan marketing, kegiatan digital dan lain-lain.

SDGs sebagai Purpose dari Perusahaan, kami bertujuan untuk menjadi yang terbaik di dunia dengan berkontribusi mewujudkan masyarakat simbiosis dan terus mempersembahkan produk dan jasa yang sesuai dengan NOLA & DOLA. Misi kami adalah mewujudkan masyarakat yang hidup berdampingan tidak hanya dengan manusia dan *Partner Animal (Pet)* saja, tetapi juga dengan lingkungan global. Dan visi yang mengungkapkannya adalah filosofi perusahaan yaitu "NOLA & DOLA", "NOLA & DOLA" adalah singkatan dari *Necessity of Life with Activities & Dreams of Life with Activities*, dimana NOLA adalah domain untuk memecahkan masalah dan DOLA adalah domain untuk mengangkat masalah seperti mimpi dan cita-cita. Dengan kata lain, penting untuk menjadi perusahaan yang kompetensi utamanya adalah teknologi yang membuat hal-hal yang tidak nyaman menjadi nyaman. Dan nilai yang mendasarinya adalah model manajemen yang disebut "Manajemen Resonansi" yang terpenetrasi ke seluruh organisasi secara global.

Perusahaan kami telah berbisnis di Indonesia selama 25 tahun. Dalam 25 tahun ini, kami akan terus berinovasi dengan memanfaatkan teknologi tercanggih dan terus memberikan kontribusi kepada konsumen, lingkungan, dan masyarakat. Kedepannya, kami akan terus berkontribusi terhadap 17 tujuan yang ditetapkan dalam SDGs, dan sesuai dengan setiap elemen dari slogan perusahaan kami, yaitu *Ethical Living for SDGs*, kami akan terus berkontribusi pada perlindungan lingkungan dan masyarakat melalui aktivitas bisnis seperti menyediakan produk dan jasa yang bertujuan untuk memecahkan masalah dan mewujudkan SDGs.

life for owners and pets, we have launched Deo-Toilet for cats and Deo-Sheet for dogs, which are friendly to the environment. Considering animals as partners and showing concern for and contributing to the welfare of pets, we participated in an event commemorating the founding of Rumah Kucing Parung (*Cat Shelter*) named WINDURI, donated Deo Toilet for cats, and also made a donation.

In 2022, we contributed to the performance of all companies, and increased the level of recognition of companies through various marketing activities, digital activities and others.

With the SDGs as our company's purpose, we want to lead the globe by promoting a symbiotic society and by continuing to provide goods and services that are compliant with NOLA & DOLA. Our goal is to build a civilization that coexists with the environment on a global scale as well as with people and Partner Animals (Pet). The corporate philosophy "NOLA & DOLA" stands for *Necessity of Life with Activities & Dreams of Life with Activities*, where NOLA is the domain for solving problems and DOLA is the domain for raising problems such as dreams and ideals, and which reveals the vision of how to make it happen. In other words, it is important to be a company whose main competency is technology that makes uncomfortable things comfortable. And the underlying value is a management model called "Resonance Management" that penetrates all organizations globally.

Our company has been doing business in Indonesia for 25 years. In these 25 years, we will continue to innovate by leveraging the most cutting-edge technologies, and continue to contribute to consumers, the environment and society. Going forward, we will continue to contribute to the 17 goals set out in the SDGs, and in accordance with every element of our corporate slogan, namely *Ethical Living for SDGs*, we will continue to contribute to protecting the environment and society through business activities such as providing products and services that aim to solving problems and realizing SDGs.

Jakarta, April 2023

Yuji Ishii

Presiden Direktur | President Director

TENTANG LAPORAN KEBERLANJUTAN ABOUT THE SUSTAINABILITY REPORT

“

Laporan Keberlanjutan 2022 memberikan gambaran upaya yang dilakukan oleh Perseroan dalam menerapkan prinsip keberlanjutan sekaligus menunjukkan komitmen dukungan pencapaian tujuan keberlanjutan dalam *Sustainable Development Goals (SDGs)*.

The 2022 Sustainability Report provides an overview of the efforts made by the Company in implementing the principles of sustainability while at the same time demonstrating a commitment to support the achievement of sustainability goals in the Sustainable Development Goals (SDGs).

”

Perseroan menerbitkan Laporan Keberlanjutan tahun 2022 dengan menerapkan prinsip-prinsip keberlanjutan yang dilaksanakan Perseroan dalam operasional bisnisnya. Laporan ini merupakan laporan untuk periode 1 Januari–31 Desember 2022 dan dibuat secara berkala setiap tahun. Laporan Keberlanjutan 2022 ini merupakan Laporan Keberlanjutan ke-tiga yang diterbitkan Perseroan pada bulan Mei 2023. Laporan terakhir diterbitkan Perseroan pada bulan Mei 2022.

Laporan Keberlanjutan 2022 memberikan gambaran upaya yang dilakukan oleh Perseroan dalam menerapkan keberlanjutan sekaligus menunjukkan komitmen dukungan pencapaian tujuan keberlanjutan dalam *Sustainable Development Goals (SDGs)*.

Selama periode Laporan, tidak terdapat informasi perubahan signifikan dalam daftar topik material dan batasan topik dari periode pelaporan sebelumnya yang mempengaruhi kegiatan operasional bisnis Perseroan maupun perubahan kebijakan menyangkut pasokan barang dan/atau jasa.

The company publishes the 2022 Sustainability Report by implementing the sustainability principles that the Company implements in its business operations. This report is for the period of January 1–December 31, 2022, and is made periodically every year. This 2022 Sustainability Report is the 3rd of Sustainability Report published by the company in May 2023. The last report was published by the Company in May 2022.

The 2022 Sustainability Report provides an overview of the efforts made by the Company in implementing sustainability as well as demonstrating a commitment to support the achievement of sustainability goals in the *Sustainable Development Goals (SDGs)*.

During the reporting period, there was no information on significant changes in the list of material topics and topic boundaries from the previous reporting period that affected the Company's business operations or changes in policies regarding the supply of products and/or services.



KEBIJAKAN REDAKSI REDACTION POLICY

KEBIJAKAN EDITORIAL EDITORIAL POLICY

Pedoman

Laporan ini disusun sebagai keberlanjutan Perseroan yang diwujudkan dengan filosofi Perseroan, “NOLA & DOLA*”. Di sini, Perseroan akan melihat lebih dekat bagaimana Perseroan bekerja untuk mempraktikkan “NOLA & DOLA” melalui bisnis Perseroan. Pada saat yang sama, berusaha untuk lebih meningkatkan pengungkapan dalam laporan dari sudut pandang pengungkapan informasi ESG terkait dengan pola pikir dan inisiatif Perseroan menuju keberlanjutan.

Laporan Keberlanjutan 2021 disusun dengan mengacu pada Peraturan OJK No. 51/ OJK.03/2017 dan SEOJK No. 16/ SEOJK.04/2021.

Standar Laporan

Untuk memudahkan pembaca dalam membaca pelaporan keberlanjutan yang dibuat, Perseroan menyajikan indikator pengungkapan OJK standar yang diaplikasikan dengan memberikan tanda atau kode indeks bertanda khusus pada setiap pembahasan yang relevan.

Jaminan

Pada Laporan Keberlanjutan Tahun 2022 ini, Perseroan belum menggunakan jasa penjamin (*assurance*). Namun, Perseroan menjalankan tahapan verifikasi internal untuk menjamin kredibilitas dan kualitas informasi yang tercantum dalam Laporan ini.

Cakupan Area

Dalam laporan ini, “Perseroan” mengacu pada “PT Uni-Charm Indonesia Tbk”. Nama perusahaan dicantumkan satu per satu bila ada kebutuhan untuk menentukan ruang lingkungannya. Selain itu, semua data ditampilkan secara konsolidasi dari perusahaan Grup Unicharm. Rincian Perseroan yang disebutkan dalam laporan kegiatan lingkungan dapat ditemukan di situs web Perseroan.

Segmentasi

Seluruh pemangku kepentingan Perseroan adalah pelanggan, pemegang saham, investor, mitra bisnis, karyawan dan masyarakat pada umumnya.

Sistem Keterbukaan Informasi

Perseroan mengungkapkan data keuangan dan non-keuangan melalui saluran berikut:

Guidelines

This report has been prepared as the Company’s corporate sustainability, which is embodied by the Company corporate philosophy, “NOLA & DOLA*”. Here, we will take a closer look at how we are working to practice “NOLA & DOLA” through the Company’s businesses. At the same time, strive to further improve the disclosure in the report from the view-point of ESG information disclosure with regard to the Company’s mindset and initiatives toward sustainability.

The 2021 Sustainability Report was prepared with reference to OJK Regulation No. 51/OJK.03/2017 and SEOJK No. 16/ SEOJK.04/2021.

Report Standard

To make it easier for readers to read the sustainability reports that are made, the Company presents standard OJK disclosure indicators that are applied by giving a sign or index code with a special mark on each relevant discussion.

Assurance

In this 2022 Sustainability Report, the Company has not used assurance services. However, the Company carries out internal verification stages to ensure the credibility and quality of the information contained in this Report.

Coverage Area

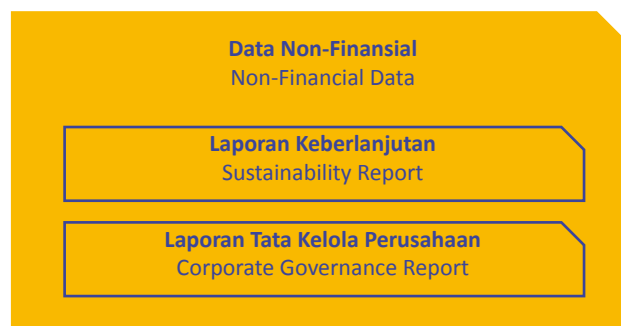
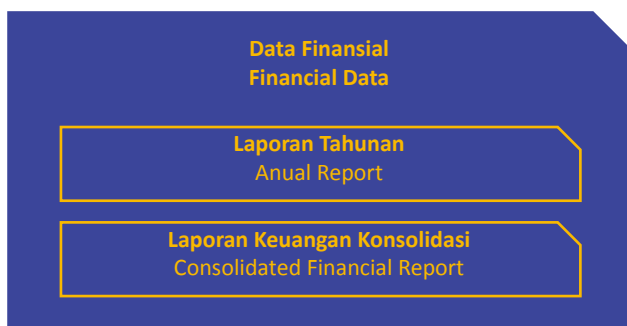
In the report, “Company” refers to “PT Uni-Charm Indonesia Tbk”. Company names are listed individually when there is a need to specify the scope. In addition, all data are shown on a consolidated basis of Unicharm Group companies. Details of companies mentioned in the environmental activity report can be found on the Company website.

Segmentation

All the Company’s stakeholders are customers, shareholders, investors, business partners, employees, and society in general.

Information Disclosure System

The Company discloses financial and non-financial data through the following channels:



Untuk memastikan bahwa laporan memuat konten yang seimbang dan memperbaiki kualitas laporan di masa mendatang, Perseroan memerhatikan masukan-masukan, saran serta pertimbangan dari para pemangku kepentingan. Apabila memerlukan informasi lebih lanjut atau pertanyaan- pertanyaan tentang Laporan ini, silakan menghubungi:

Sekretaris Perusahaan
Sinarmas MSIG Tower 42F.
Jl Jend. Sudirman Kav.21. Karet, Setiabudi, Jakarta Selatan, 12920
Telp: +62 21 29189191
Fax: +62 21 29189199

To ensure that reports contain balanced content and improve the quality of future reports, the Company pays attention to input, suggestions, and considerations from stakeholders. If you need further information or have questions about this Report, please contact:

Corporate Secretary
Sinarmas MSIG Tower 42F.
Jend. Sudirman St. Kav.21. Karet, Setiabudi, South Jakarta, 12920
Phone: +62 21 29189191
Fax: +62 21 29189199

TANGGAPAN TERHADAP UMPAN BALIK LAPORAN SEBELUMNYA [G.3]

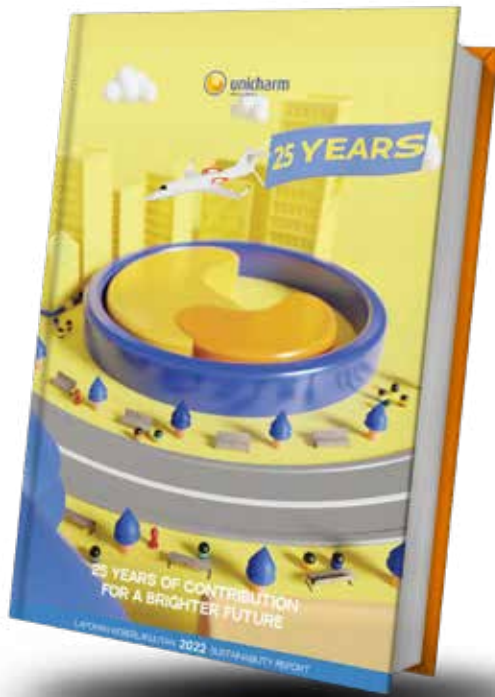
RESPONSE TO PREVIOUS REPORT FEEDBACK [G.3]

Selama tahun 2022, Perseroan tidak menerima tanggapan spesifik terkait Laporan Keberlanjutan 2021 untuk perbaikan laporan berikutnya. Namun demikian, Perseroan telah melakukan berbagai penyempurnaan dan perbaikan agar laporan ini memenuhi ketentuan POJK No.51/ POJK.03/2017 dan SEOJK No. 16/SEOJK.04/2021 yang menjadi rujukan penulisan laporan ini. Perseroan berharap laporan ini dapat menjadi sumber informasi yang berguna bagi para pemangku kepentingan.

During the year 2022, the Company did not receive a specific response regarding the 2021 Sustainability Report for improvement of the next report. However, the Company has made various refinements and improvements so that this report complies with the provisions of POJK No. 51/POJK.03/2017 and SEOJK No. 16/SEOJK.04/2021, which is the reference for writing this report. The company hopes that this report can be a useful source of information for stakeholders.



TEMA LAPORAN KEBERLANJUTAN SUSTAINABILITY REPORT THEME



2022

Kontribusi 25 Tahun untuk Masa Depan Lebih Cerah 25 Years of Contribution for a Brighter Future

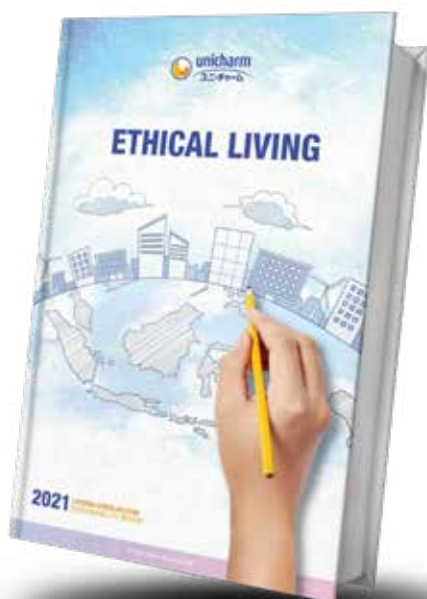
Melalui pertumbuhan bisnisnya, PT Uni-Charm Indonesia Tbk telah berkontribusi secara berkelanjutan selama 25 tahun pada industri yang dijalankan Perseroan menjadi bagian dari peningkatan kualitas hidup masyarakat dan memberikan kontribusi yang solutif bagi perekonomian negara. Berbekal pengalaman selama bertahun-tahun sebagai Produsen Popok Bayi, Pembalut Wanita, Popok Dewasa, Tisu Basah, Kapas kecantikan, masker, dan produk untuk partner animal (hewan peliharaan). Perseroan senantiasa menjaga komitmen terbaiknya untuk memberikan produk dan pelayanan yang berkualitas.

Selain memberikan kontribusi pada kenyamanan konsumen melalui produk dan pelayanan, Perseroan juga berupaya berkontribusi terhadap keberlanjutan Perseroan. Tidak hanya berupa manfaat ekonomi, tetapi juga manfaat sosial dan lingkungan untuk mewujudkan SDGs sebagai "Purpose" Perseroan.

Through the expansion of its business, PT Uni-Charm Indonesia Tbk has made a sustained contribution over a period of 25 years to the sector the company runs, helping to improve the quality of life of the community and providing a solutive contribution to the country's economy. Backed by years of expertise as a Manufacturer of Baby Diapers, Sanitary Napkins, Adult Diapers, Wet Wipes, Beauty Cotton, masks, and products for partner animals (pets). The business consistently upholds its commitment to offering high-quality products and services.

The Company aims to improve customer convenience through products and services while simultaneously promoting sustainability, not only in the form of economic benefits, but also social and environmental benefits to realize the SDGs as the company's "Purpose".

KESINAMBUNGAN TEMA SUSTAINABILITY THEME



2021 **ETHICAL LIVING** Ethical Living

Perseroan telah dengan baik mematuhi komitmen global yang diambil dalam memastikan kelestarian lingkungan. Berdasar dari kesuksesan tahun 2020, Perseroan memiliki tujuan untuk lebih memupuk nilai-nilai keberlanjutan pada tahun 2021. Perseroan ingin berkomitmen lebih jauh ke dalam pertumbuhan berkelanjutan, dimana langkah-langkah yang dilakukan pada tahun sebelumnya dipertahankan serta mengimplementasikan kebijakan baru mengenai penggunaan berkelanjutan bahan baku, sumber daya, dan penggunaan energi. Melalui slogan perusahaan yaitu *“Ethical Living for SDGs”* dengan menjadikan perwujudan SDGs sebagai tujuan, yaitu suatu gaya hidup yang mengusulkan untuk melakukan *“Kebaikan kecil dalam kehidupan sehari-hari”* yang dapat disumbangkan oleh setiap orang dari sudut pandang etika.

The Company has done well in ensuring that they adhere to the global commitment taken in ensuring environmental sustainability. Building upon the success of 2020, the Company aims to further foster the values of sustainability in 2021. The company wishes to commit itself even more to sustainable development, which includes maintaining the previous year’s measures as well as introducing new policies regarding the sustainable use of materials, resources, and energy. Through the company’s slogan *“Ethical Living for SDGs”* by making the realization of SDGs as a purpose, which is a lifestyle that proposes to do *“small kindnesses in everyday life”*, that everyone can contribute from an ethical point of view.



2020 **MENUJU PERTUMBUHAN BERKELANJUTAN** Into Sustainable Development

Dengan tingginya kesadaran kepada keberlanjutan lingkungan hidup, Perseroan berkomitmen untuk memastikan proses produksi Perseroan tidak mempengaruhi keseimbangan lingkungan hidup. Perseroan juga berkomitmen untuk mengurangi emisi karbon, menghemat penggunaan air, dan berupaya untuk mengurangi dampak lingkungan dari kegiatan usahanya. Dengan melaksanakan langkah-langkah ini, Perseroan memiliki tujuan untuk memelihara pertumbuhan yang berkelanjutan dan menjadi contoh sebagai perusahaan industri manufaktur yang berwawasan lingkungan.

With awareness towards environmental sustainability at an all-time high, the Company commits to ensuring that their production process won’t affect the balance of the natural environment. The company has pledged to reduce carbon emissions, conserve water, and try to reduce the environmental impact of its business activities. By implementing these measures, the Company is aiming to foster more sustainable growth and set an example of an environmentally-minded manufacturing industry.

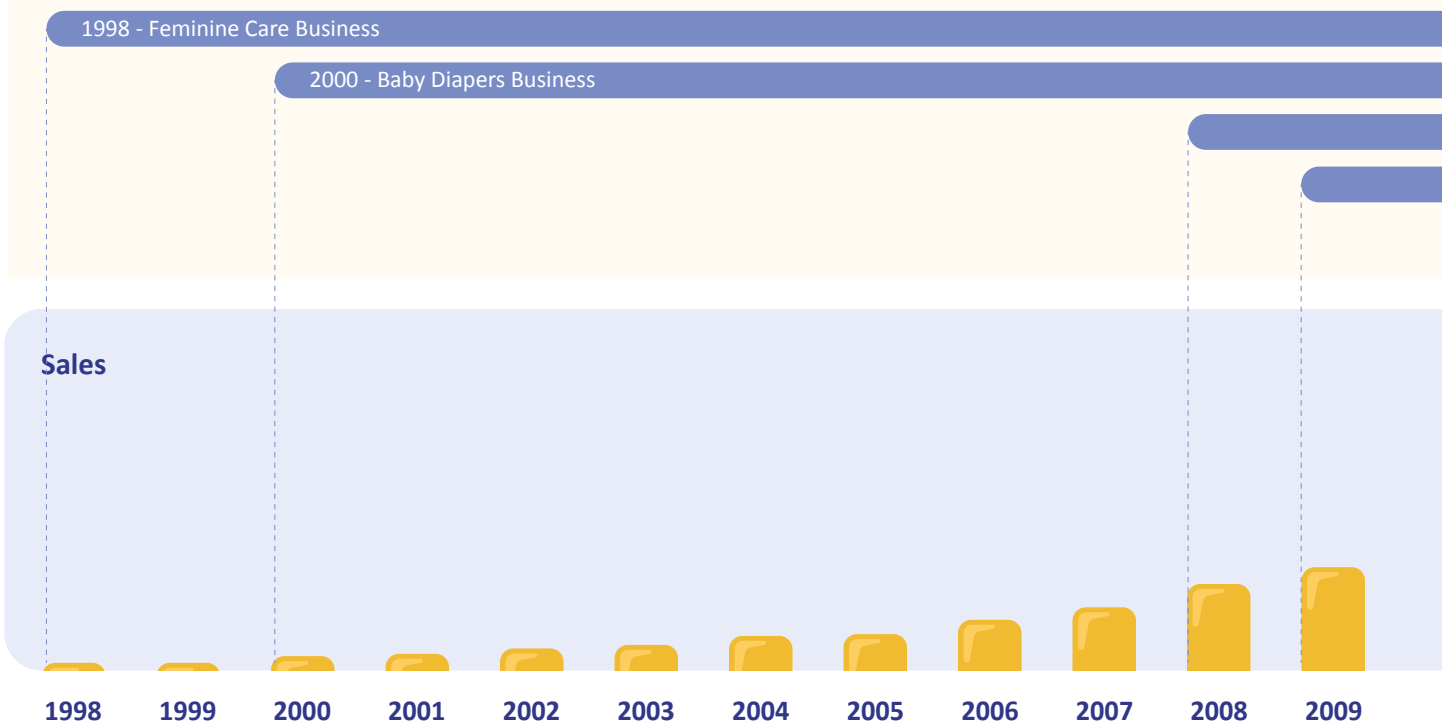


GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN OVERVIEW OF THE COMPANY

Perseroan merupakan anak perusahaan Unicharm Corporation Jepang yang didirikan bersama dengan PT Purinusa Ekapersada sebagai rekan bisnis pada tahun 1997. Perseroan mengembangkan bisnisnya dalam 3 kategori utama yaitu *Baby Care* untuk popok bayi sekali pakai, *Feminine Care* untuk pembalut wanita dan *Wellness Care* untuk popok dewasa.

The Company is a subsidiary of Unicharm Corporation Japan, which was established in 1997 with PT. Purinusa Ekapersada as a business partner. The Company develops its business in three main categories: baby care for disposable baby diapers, feminine care for sanitary napkins, and wellness care for adult diapers.

Milestone in Business Portfolio Restructuration

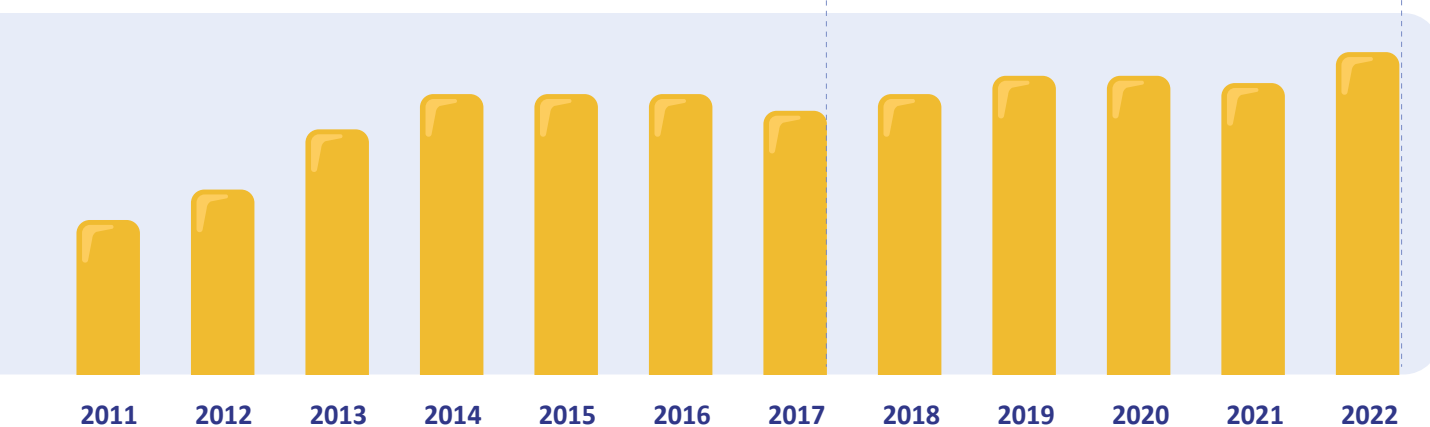
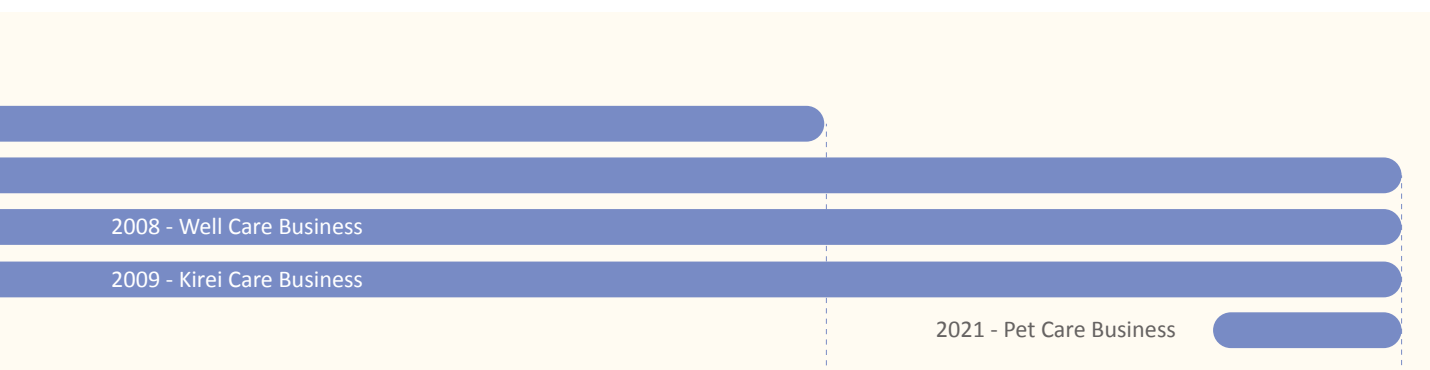


Tahun 1997 sampai awal 2010-an | 1997 to early 2010s

1997	Pendirian perusahaan	Company establishment
1998	Mulai memproduksi & menjual Charm	Start to produce & sell Charm
2000	Meluncurkan produk MamyPoko	Launching MamyPoko product
2003	Pangsa pasar MamyPoko No.1	MamyPoko market share No.1
2007	Peluncuran MamyPoko Pants Standar	Launching MamyPoko Pants Standar
2008	Meluncurkan popok dewasa Lifree	Launching Lifree adult diaper
2009	Meluncurkan Mamy Poko Wipes	Launching MamyPoko Wipes
2010	Pabrik ke-2 Karawang mulai beroperasi	Karawang 2 nd Factory start operation

Akhir 2010-an sampai awal 2020-an |

2013	Pabrik ke-3 East Java Factory mulai beroperasi
2013	Pangsa pasar Lifree No.1
2015	Tisu bayi & Lifree memulai produksi lokal
2017	Akuisisi PT Unicharm Nonwoven Indonesia
2019	Peluncuran <i>Cosmetic Puff Silcot</i> & Charmnap untuk Inkontinensia Ringan
2019	Tercatat di papan utama Bursa Efek Indonesia
2020	Meluncurkan Masker Unicharm



Late 2010s to early 2020s

- East Java 3rd Factory start operation
- Lifree market share No.1
- Baby wipes & Lifree started local production
- Acquisition of PT Unicharm Nonwoven Indonesia
- Launching Silcot cosmetic puff & Charmnap for Light Incontinence
- Listed on the main board of the Indonesia Stock Exchange
- Launching Unicharm Mask

Akhir 2020-an sampai sekarang | Late 2020s until now

- 2021** Pet Care – Luncurkan Deo toilet & Deo sheet
 - 2021** Peluncuran slogan perusahaan “Ethical Living for SDGs”
 - 2021** Meluncurkan produk kemasan kertas Charm dan Masker
 - 2022** Pemasangan Panel Surya di pabrik Karawang
 - 2022** Peluncuran produk ramah lingkungan dari Charm Herbal Ansept+ Bio Material dan MamyPoko Royal Soft Organic Cotton
- Pet Care – Launch Deo toilet & Deo sheet
 - Launching corporate slogan “Ethical Living for SDGs”
 - Launching environmental friendly product paper package and masker
 - Install Solar Panel in Karawang factory
 - Launching environmental friendly product of Charm Herbal Ansept+ Bio Material and MamyPoko Royal Soft Organic Cotton



PENDAHULUAN

Preface

EKSPANSI BISNIS BUSINESS EXPANSION

Dalam memberikan produk dan layanan terbaik bagi konsumen yang sangat luas jangkauannya, baik secara *online* maupun *offline* di seluruh segmen pasar yang dimasukinya, Grup Unicharm menawarkan portofolio produk yang sangat beragam dengan produk andalan antara lain popok bayi, pembalut wanita, popok dewasa, tisu basah, kapas kecantikan, masker dan produk untuk *partner animal* (hewan peliharaan).

Perseroan telah berhasil membangun kesadaran konsumen akan merek produk Perseroan di Indonesia dan mengasosiasikan merek ini dengan citra kualitas premium, kenyamanan, dan keamanan produk Jepang, yang menjadikan merek “MamyPoko”, “Charm” dan “Lifree” menjadi yang terdepan dengan menguasai pangsa pasar.

Brand awareness yang tinggi, inovasi berkelanjutan, portofolio produk yang beragam, kampanye pemasaran yang berdampak besar dan jaringan distribusi yang luas adalah beberapa faktor kunci yang memungkinkan “MamyPoko” mempertahankan posisi sebagai pemimpin pasar. Produk yang mempunyai peningkatan penjualan paling besar adalah MamyPoko dan Fitti.

Sehubungan dengan produk pembalut wanita, Perseroan telah mempertimbangkan kenyamanan, keamanan dan kebutuhan kinerja konsumen wanita. Dalam mengembangkan pembalut wanita untuk penggunaan malam hari, Perseroan telah fokus pada peningkatan bentuk, panjang dan daya serap pembalut wanita untuk menawarkan kepada konsumen wanita perlindungan sepanjang malam melalui produk Charm *Safe Night*. Perseroan melakukan inovasi melalui produk Charm *Cooling Fresh* yang memberikan sensasi dingin sehingga cocok bagi konsumen di Indonesia yang beriklim tropis. Untuk “Charm” berhasil mempertahankan posisi sebagai *market leader* ditahun 2022.

Kategori produk popok dewasa (melayani inkontinensia orang dewasa) Lifree yang diproduksi oleh PT Uni-Charm Indonesia Tbk adalah *market leader* pada kategori produk popok dewasa sejak tahun 2020 hingga saat ini. Produk Popok Dewasa yang mengalami peningkatan signifikan di tahun 2022 adalah Certainty dan Lifree Lapisan Penyerap.

In providing the best product and service for a very wide range of consumers, both online and offline in all market segments it enters, the Unicharm Group offers a very diverse product portfolio with its mainstay products including baby diapers, sanitary napkins, adult diapers, wet wipes, beauty cotton, masks and products for partner animals (pets).

The Company has succeeded in building consumer awareness of the Company’s product brands in Indonesia and associates these brands with the image of premium quality, comfort, and safety of Japanese products, which has made the brands “MamyPoko”, “Charm” and “Lifree” to be at the forefront by controlling market share.

High brand awareness, continuous innovation, a diverse product portfolio, high-impact marketing campaigns, and an extensive distribution network are some of the key factors that have enabled “MamyPoko” to maintain its position as a market leader. The products that had the biggest increase in sales were MamyPoko and Fitti.

With regard to sanitary napkin products, the Company has considered the comfort, safety, and performance needs of female consumers. In developing sanitary napkins for night use, the Company has focused on improving the shape, length, and absorbency of sanitary napkins to offer female consumers protection throughout the night through Charm *Safe Night* products. The company innovates through Charm *Cooling Fresh* product, which provides a cold sensation, making it suitable for consumers in Indonesia, which has a tropical climate. “Charm” managed to maintain its position as market leader in 2022.

Adult diaper product category (serving adult incontinence) Lifree produced by PT Uni-Charm Indonesia Tbk is the market leader in the adult diaper product category since 2020 until now. Adult Diaper products that have experienced a significant increase in 2022 are Certainty and Absorbent Lining Lifree.





PENCAPAIAN KEBERLANJUTAN PERUSAHAAN THE COMPANY SUSTAINABILITY ACHIEVEMENTS

Perseroan merupakan anak perusahaan Unicharm Corporation Jepang yang didirikan bersama dengan PT Purinusa Ekapersada sebagai rekan bisnis pada tahun 1997. Perseroan mengembangkan bisnisnya dalam 3 kategori utama yaitu *Baby Care* untuk popok bayi sekali pakai, *Feminine Care* untuk pembalut wanita dan *Wellness Care* untuk popok dewasa.

The Company is a subsidiary of Unicharm Corporation Japan, which was established in 1997 with PT Purinusa Ekapersada as a business partner. The Company develops its business in three main categories: baby care for disposable baby diapers, feminine care for sanitary napkins, and wellness care for adult diapers.

1 Wellness Care

- Lifree Adult Diapers
- Lifree Pad
- Certainty
- Charmnap



- Masker 99% Guard



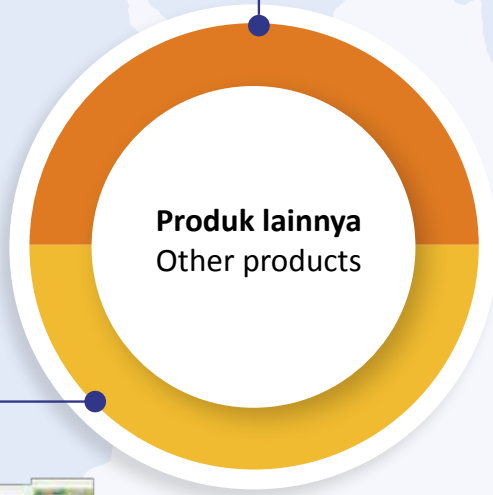
Kirei Care

- MamyPoko Baby Wipes
- Silcot



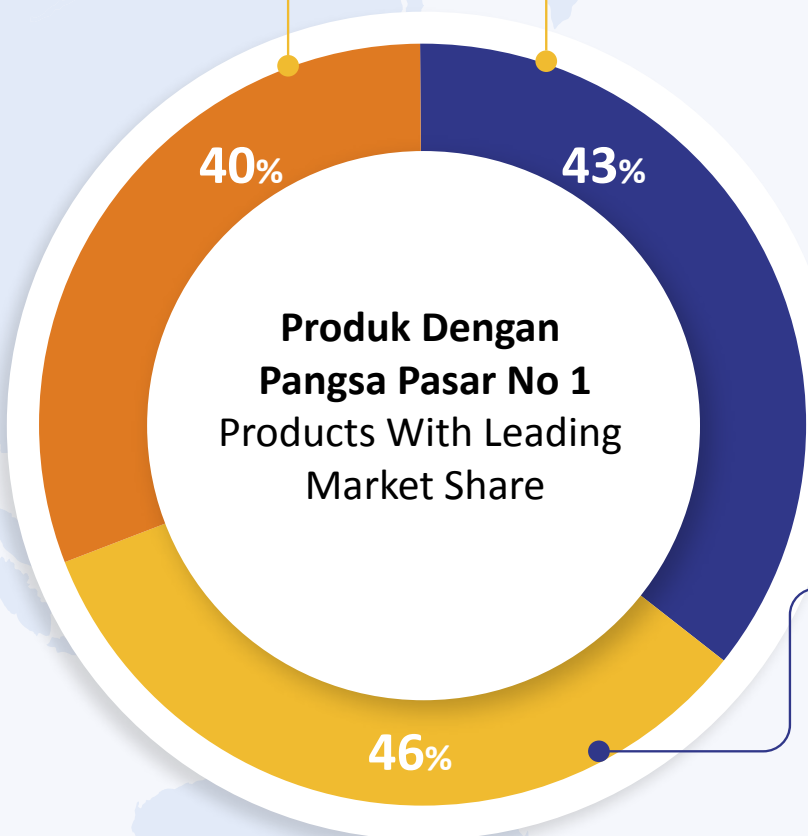
Pet Care

- Deo-toilet
- Deo-sheet



1 Baby Care Diaper

- MamyPoko Royalsoft
- MamyPoko Junior Night Pants
- MamyPoko Skin Comfort
- MamyPoko Xtra Kering 10 Jam
- MamyPoko Xtra Kering Tidak Gembung
- Fitti



1 Feminine Care

- Charm Safe Night
- Charm Cooling Fresh
- Charm Herbal Ansept+
- Charm Body Fit
- Charm Sleep Protect+





KOMITMEN KEBERLANJUTAN PERSEROAN COMPANY SUSTAINABILITY COMMITMENT



Perseroan mempraktikkan pembangunan berkelanjutan melalui pendekatan pengembangan yang bertanggung jawab sejalan dengan visi, misi, dan nilai-nilai perusahaan dan dibuat berlandaskan pada keseimbangan antara aspek-aspek *triple bottom line*. Perseroan berusaha untuk menjadi perusahaan yang dapat meningkatkan kualitas kehidupan manusia dan alam dengan memastikan kemakmuran dan pertumbuhan bisnis Perseroan tidak merugikan kesejahteraan masyarakat dan lingkungan di sekitar area operasional Perseroan.

The company practices sustainable development through a responsible development approach in accordance with the company's vision, mission, and values and is based on a balance between the triple bottom line aspects. The Company aspires to become a corporation that can enhance the quality of human life and nature by ensuring the prosperity and growth of the Company's business and does not impair the welfare of the community and the environment around the Company's operational areas.





MODEL PENCIPTAAN NILAI UNICHARM UNICHARM'S VALUE CREATION MODEL

Input Sumber Penciptaan Nilai Unicharm Source of Unicharm's Value Creation

Kekuatan Kami | Our Strengths

- 1 Kemampuan untuk menetapkan sistem untuk menyelaraskan arah semua karyawan dan terus mengembangkannya sambil menghormati budaya dan nilai-nilai mereka yang berbeda
The ability to establish systems for aligning the direction of all employees and continuously developing them while respecting their different cultures and values
- 2 Kemampuan teknologi canggih berfokus pada kain bukan tenunan dan bidang bahan penyerap
Advanced technological capabilities focused on the nonwoven fabric and absorbent material fields
- 3 Semangat perbatasan yang didukung oleh pemasaran yang cermat berdasarkan kekuatan observasi yang tajam
A frontier spirit backed by meticulous marketing based on keen powers of observation
- 4 Kemampuan implementasi
Implementation capabilities

Kemampuan yang Berkontribusi pada Kekuatan Kami Capabilities That Contribute to Our Strengths

- | | |
|---|---|
| 
Kemampuan Individu
Individual Capabilities
Modal SDM
Human Capital | 
Kemampuan untuk melindungi kesejahteraan planet kita
Ability to safeguard the well-being of our planet
Modal Alam
Natural Capital |
| 
Kemampuan Networking
Networking Capabilities
Modal Sosial
Social Capital | 
Kemampuan Monozukuri
Monozukuri capabilities
Modal Produksi
Production Capital |
| 
Kemampuan Berorganisasi
Organizational Capabilities
Modal Struktural
Structural Capital | 
Kemampuan Keuangan
Cash-generating capabilities
Modal Finansial
Financial Capital |

Business Kegiatan Bisnis Business Activities



Rencana Pengelolaan Jangka Menengah ke-11
11th Medium-Term Management Plan

Kyo-Sei Life Vision 2030
Kyo-Sei Life Vision 2030

Target Lingkungan 2030
Environmental Targets 2030

Tata kelola perusahaan
Corporate governance

Manajemen dengan resonansi
Management with resonance

"NOLA & DOLA,"
"NOLA & DOLA,"

Filosofi perusahaan Unicharm
Unicharm's corporate philosophy

MODEL PENCIPTAAN NILAI UNICHARM

UNICHARM VALUE CREATION MODEL

Output

Hasil Kegiatan Bisnis
Outcomes of Business Activities

Outcome

Nilai yang Diciptakan
Value Created

Produk & Layanan | Products & Services

Wellness Care Products



Mengurangi jumlah orang terbaring di tempat tidur menjadi nol dan memperpanjang harapan hidup sehat semua orang

Reducing the number of bedridden people to zero and extending the healthy life expectancy of all people

Menciptakan lingkungan yang nyaman bagi manusia

Creating comfortable environments for people

Feminine Care Products



Meringankan ketidaknyamanan orang selama menstruasi

Easing people's discomfort during menstruation

Baby care and childcare



Mewujudkan pola hidup pengasuhan anak yang ideal dimana orang tua dan anak dapat menjalani kehidupan yang cerah dan sehat

Realizing an ideal child-rearing lifestyle in which parents and children can lead bright and healthy lives

Partner animal (pet) care



Mencapai umur panjang yang sehat untuk *partner animal* dan mendukung hidup sehat untuk kedua pasangan

Achieving healthy longevity for partner animals (pets) and supporting healthy living for both partner

Perwujudan Masyarakat yang Kohesif
Realization of a Cohesive Society



Kemampuan Individu Modal SDM
Individual Capabilities Human Capital



Kemampuan *Networking* Modal Sosial
Networking Capabilities Social Capital



Kemampuan *Monozukuri* Modal Produksi
Monozukuri capabilities Production Capital



Kemampuan Berorganisasi Modal Struktural
Organizational Capabilities Structural Capital



Kemampuan Keuangan Modal Finansial
Cash-generating capabilities Financial Capital



Kemampuan untuk melindungi kesejahteraan planet kami Modal Alam
Ability to safeguard the well-being of our planet Natural Capital

Peningkatan nilai perusahaan
Terwujudnya pengembalian laba yang stabil dan berkesinambungan
Improvement of corporate value Realization of a stable and continuous return of profits

Kontribusi terhadap penciptaan ekonomi sirkular
Contribution to the creation of a circular economy

Konsumsi sumber daya
Menghasilkan limbah
Consumption of resources
Generation of waste



KEKUATAN UNIK UNICHARM UNICHARM'S UNIQUE STRENGTHS

1

Kemampuan untuk membangun sistem yang dapat menyelaraskan arah semua karyawan dan terus mengembangkan mereka namun tetap menghormati perbedaan budaya serta nilai-nilai yang mereka miliki

The ability to establish systems for aligning the direction of all employees and continuously developing them while respecting their different cultures and values

Unicharm, yang beroperasi di sekamir 80 negara dan wilayah, memiliki karyawan dengan beragam budaya dan nilai-nilai. Untuk merangkul keragaman dan memanfaatkannya dengan membawa budaya dan nilai-nilai tersebut ke dalam harmoni, Unicharm membagikan *The Unicharm Way* dengan karyawan di seluruh Grup, mendorong transformasi mereka dalam cara pandang, cara berpikir dan bertindak. Unicharm telah menetapkan sistem yang memungkinkan karyawan dengan berbagai latar belakang untuk berproses ke satu tujuan selagi terus berkembang.

Unicharm, which operates in approximately 80 countries and regions, has employees with a diverse range of cultures and values. To embrace diversity and capitalize on it by bringing such cultures and values into harmony, Unicharm shares *The Unicharm Way* with employees throughout the Group, encouraging the transformation of their perspectives and ways of thinking and acting. Unicharm has established systems to enable employees with a variety of backgrounds to proceed toward a single goal while continuously evolving.

Kemampuan Individu / Individual capabilities
(Aset Manusia) / (Human Capital)

2

Kemampuan teknologi canggih yang berfokus pada bidang kain bukan tenunan dan bahan penyerap

Advanced technological capabilities focused on the nonwoven fabric and absorbent material fields

Unicharm telah menetapkan kemampuan teknologi untuk menghilangkan pengalaman yang tidak menyenangkan dan menawarkan pengalaman yang lebih menyenangkan melalui pemrosesan bahan kain bukan tenunan dan bahan penyerap serta teknologi pencetakan, yang merupakan kompetensi intinya. Unicharm telah mengimplementasikan penelitian secara menyeluruh yang berfokus pada kain bukan tenunan dan bahan penyerap serta mengembangkan dan meningkatkan teknologi pemrosesan dan pencetakannya, mendapatkan penerimaan global yang kuat atas kemampuannya menggunakan teknologi tersebut untuk mengembangkan produk bernilai tambah tinggi.

Unicharm has established the technological capabilities for eliminating unpleasant experiences and offering more pleasant ones through nonwoven fabric and absorbent material processing and molding technologies, its core competencies. The Company has thoroughly implemented research focused on nonwoven fabric and absorbent materials and developed and improved its processing and molding technologies, garnering a strong global reception for its ability to use such technologies to develop high-value-added products.

Kemampuan Organisasi / Organizational Capabilities
(Aset Intelektual) / (Intellectual Capital)



Kemampuan untuk mengamankan kesejahteraan planet kami / Ability to Safeguard the well-being of our planet
(Aset Alam) / (Natural Capital)



Kemampuan Kemampuan Monozukuri / Monozukuri Capabilities
(Aset Produksi) / (Production Capital)

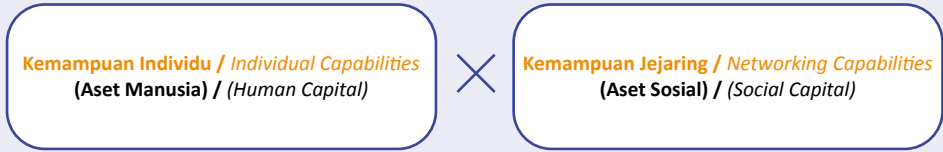
3

Semangat maju ke depan yang didukung oleh pemasaran yang cermat berdasarkan kekuatan pengamatan yang tajam

A frontier spirit backed by meticulous marketing based on keen powers of observation

Unicharm berurusan dengan produk yang memiliki tantangan untuk dapat mengetahui secara langsung kebutuhan pengguna yang sebenarnya, seperti bayi, orang tua, dan hewan peliharaan. Oleh karena itu, kami memberi penekanan pada pemahaman yang akurat tentang kebutuhan non-verbal ketika mengembangkan produk. Dengan kekuatan pengamatan kami yang tajam, tanpa terbelenggu oleh gagasan yang sudah terbentuk sebelumnya, pendekatan kami memacu inovasi berdasarkan perspektif baru yang diperoleh dengan mengeksplorasi esensi kebutuhan yang tersembunyi jauh di dalam gaya hidup dan pola konsumsi masyarakat adalah kekuatan yang tidak dapat ditiru oleh perusahaan lain.

Unicharm deals in products for which it is challenging to directly give ear to the requirements of actual users, such as babies, the elderly, and partner animals (pets). Accordingly, we place emphasis on accurately understanding non-verbalized needs when developing products. With our keen powers of observation, unshackled by preconceived ideas, our approach of spurring innovation based on new perspectives gained by exploring the essence of needs hidden deep within the true state of people’s lifestyles and consumption patterns is a strength that cannot be imitated by other companies.



4

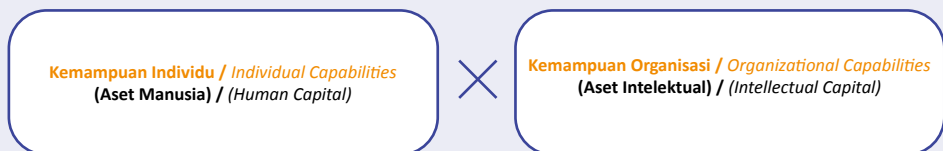
Kemampuan Implementasi

Implementation capabilities

Untuk menjalankan Manajemen dengan Resonansi, semua karyawan memanfaatkan Metode **Observe-Orient-Decide-Act Loop (OODA Loop)** untuk bertindak atas inisiatif mereka sendiri. Dengan pemahaman tentang sifat sebenarnya dari kondisi spesifik untuk situasi individu berdasarkan informasi langsung yang diperoleh di lapangan, tiap-tiap karyawan menentukan tindakan terbaik yang harus diambil dan bertindak atas inisiatif mereka sendiri sambil menilai keadaan, memanfaatkan pengalaman dan pengetahuan mereka sendiri.

In order to promote management with resonance, all employees utilize the Observe–Orient–Decide–Act Loop (OODA Loop) methodology to act on their own initiative. With an understanding of the true nature of specific conditions for individual situations based on first-hand information obtained on the front line, each and every employee determines the best course of action to take and acts on their own initiative while assessing circumstances, making extensive use of their own experience and knowledge.

Metode OODA Loop



Ikhtisar Kinerja

Keberlanjutan

Sustainability Performance Overview



KINERJA EKONOMI [B.1]

ECONOMIC PERFORMANCE

Nilai Ekonomi Langsung yang Dihasilkan dan Didistribusikan

Direct Economic Value Generated and Distributed

Nilai Ekonomi <i>Economic Value</i>	Tahun <i>Year</i>		
	2022	2021	2020
Nilai Ekonomi Langsung yang Dihasilkan <i>Direct Economic Value Generated</i>			
Total Pendapatan Total Revenue	10.317.193	9,116,592	8.433.933
Pendapatan Lainnya Other Revenue	-	7.129	6.852
Pendapatan Keuangan Financial Revenue	25.354	28.355	54.506
Jumlah Nilai Ekonomi Langsung yang Dihasilkan Total Generated Direct Economic Value	10.342.547	9.152.076	8.495.291
Nilai Ekonomi yang Didistribusikan <i>Direct Economic Value Distributed</i>			
Biaya Operasional Operational Costs	1.215.100	1.077.159	993.799
Gaji dan Tunjangan Karyawan Employee Salaries and Benefits	195,628	177,387	164.834
Pembayaran Pajak untuk Negara Taxes Paid to the State	365.856	144.449	442.181
Investasi ke Masyarakat (alokasi dana untuk masyarakat, bisa untuk program CSR/TJSL, dll) Investment to the Community (allocation of funds to the community, can be for CSR/TJSL programs, etc.)	235	231	541
Nilai Dividen yang Dibayarkan Amount of Dividends Paid	-	95.000	62.300
Jumlah Nilai Ekonomi yang Didistribusikan Amount of Distributed Economic Value	1.776.819	1.494.226	1.663.655
Nilai Ekonomi yang Ditahan Retained Economic Value	8.565.728	10.646.302	6.831.636



KINERJA LINGKUNGAN [B.2] ENVIRONMENTAL PERFORMANCE

Kinerja Lingkungan <i>Environmental Performance</i>	Satuan <i>Unit</i>	Tahun <i>Year</i>		
		2022	2021	2020
Jumlah Penggunaan Air <i>Water Usage</i>				
PDAM	m ³	328,551	377,002	419,813
Penggunaan Energi Tak Terbarukan <i>Use of Non Renewable Energy</i>				
Listrik dari PLN Electricity from PLN	kWh	144,637,280	146,665,640	138,796,497
Penggunaan Energi Terbarukan <i>Use of Renewable Energy</i>				
PLTS F1, F3, UCNWI	kWh	1,332,725	-	-
Penambahan (Pengurangan) Energi Listrik <i>Increase (Decrease) of Electrical Energy</i>				
Intensitas Energi Listrik (PLTS + PLN) Electrical Energy Intensity (PLTS + PLN)	kWh/kg	0.671	0.699	0.730
Emisi CO₂ <i>CO₂ Emissions</i>				
PLTS F1, F3, UCNWI Emisi dari Aktivitas Bisnis Perseroan Emissions from the Company's Business Activities	TonCO ₂ eq	119,067	121,097	115,343
Penambahan (Pengurangan) CO₂ <i>Increase (Decrease) of CO₂</i>				
Intensitas Emisi CO ₂ Intensity of CO ₂ Emissions	tCO ₂ eq/Ton	0.548	0.577	0.607
Limbah Non B3 <i>Non-B3 Waste</i>				
Volume Total Limbah yang Dihasilkan Total Volume of Waste Generated	Ton	8,123	8,186	7,817
Volume Total Limbah Non Ekonomis Total Volume of Non-economic Waste	Ton	3,546	3,723	3,658
Volume Total Limbah Ekonomis Total Volume of Economic Waste	Ton	4,577	4,463	4,158
Volume Total Produk Daur Ulang Total Volume of Recycled Products	Ton	4,766	4,618	4,167
Penambahan (Pengurangan) Limbah Non B3 <i>Increase (Decrease) of Non-B3 Waste</i>				
Rasio Limbah Ekonomis & Non Ekonomis Economic & Non-Economic Waste Ratio	Ton/Ton (%)	3.74%	3.90%	4.11%
Rasio Daur Ulang Limbah Produk NG (Peparlet) Defect Product Waste Recycling Ratio (Peparlet)	Ton/Ton (%)	2.19%	2.20%	2.19%
Limbah B3 <i>B3 Waste</i>				
Volume Limbah B3 (Padat) B3 Waste Volume (Solid)	Ton	81	57	75
Volume Limbah B3 (Cair) B3 Waste Volume (Liquid)	Liter	2,274	1,365	2,812

Kinerja Lingkungan <i>Environmental Performance</i>	Satuan <i>Unit</i>	Tahun <i>Year</i>		
		2022	2021	2020
Penambahan (Pengurangan) Limbah B3 <i>Increase (Decrease) B3 Waste</i>				
Rasio Limbah B3 (Padat) B3 Waste Ratio (Solid)	Ton/Ton (%)	0.037%	0.027%	0.040%
Rasio Limbah B3 (Cair) B3 Waste Ratio (Liquid)	Liter/Ton	0.010	0.007	0.015
Proper	Taat/Tidak	F3 Taat	-	-
*) Nilai air daur ulang dihitung dari air sisa proses produksi saja The value of recycled water is calculated solely from the remaining water from the manufacturing process				

KINERJA SOSIAL [B.3]

SOCIAL PERFORMANCE

Kinerja Sosial <i>Social Performance</i>	Satuan <i>Unit</i>	Tahun <i>Year</i>		
		2022	2021	2020
Jumlah Karyawan Total Employees	Orang People	2.520	2.452	2.402
Jumlah Karyawan Wanita Total Female Employees	Orang People	1.443	1.419	1.372
Jumlah Pelatihan Total Training	Pelatihan Training	7	4	0
Total Peserta Pelatihan Total Training Participants	Orang People	102	816	0
Biaya Pelatihan Training Costs	Rp Juta Rp Million	219.049.397	286.785.782	0
Jumlah Total Jam Pelatihan Total Number of Training Hours	Jam Hour	29	120	0
Jumlah Jam Orang Kerja Total Man-hours	Jam/Orang Hour/People	3,3	0,14	0
Jumlah Dana CSR Total CSR Funds	Rp Juta Rp Million	235.394.207	231.616.143	541.043.328
Jumlah Penerima Manfaat Number of Beneficiaries	Orang People	193.192	154.000	44.000
Kecelakaan Kerja Work-related Accidents	Kali Times	0	0	0
Kematian Akibat Kecelakaan Kerja Deaths Due to Work-related Accidents	Kali Times	0	0	0



PENGHARGAAN DI TAHUN 2022 AWARDS IN 2022



**Top 50 Perusahaan Publik
Berkapitalisasi Menengah**

Top 50 Mid Capitalization
Public Listed Company

27 Mei 2022 | May 27, 2022

Diberikan oleh | Awarded By :
**Institut Indonesia untuk Corporate
Directorship (IICD)**



**Pencapaian Penting
Mamypoko Brand di
Industri E-commerce**

Mamypoko Brand's Notable
Accomplishments in the E-commerce
Industry

26 Juli 2022 | July 26, 2022

Diberikan oleh | Awarded By :
Circo



**Bisnis Indonesia Awards 2022
Sektor Produk Rumah Tangga untuk
Pertama Kalinya**

The 2022 Indonesia Business Awards
For The First Time In The Household
Products Sector

15 Agustus 2022 | August 15, 2022

Diberikan oleh | Awarded By :
Bisnis Indonesia



**Penghargaan Merk
Terbaik**

Best Brand Award

14 Oktober 2022 | October 14, 2022

Diberikan oleh | Awarded By :
Bibli Award 2022



**Penilaian Ketaatan Industri/
Kegiatan Usaha dalam Pengelolaan
Lingkungan**

Industrial/Business Activity Compliance
Assessment in Environmental
Management

12 Desember 2022 |
December 12, 2022

Diberikan oleh | Awarded By :
Pemerintah Kabupaten Mojokerto



**Best Skincare Tools
untuk Brand Silcot**

Best Skincare Tools for Silcot Brand

12 Desember 2022 |
December 12, 2022

Diberikan oleh | Awarded By :
Sociolla

STRATEGI KEBERLANJUTAN [A.1]

SUSTAINABILITY STRATEGY

PT Uni-Charm Indonesia Tbk berkomitmen untuk menerapkan strategi berkelanjutan untuk menjadi perusahaan yang memberikan nilai lebih bagi pemangku kepentingan dengan menyelaraskan aspek sosial dan lingkungan. Untuk mendukung implementasi strategi keberlanjutan tersebut, Perusahaan menjalankan aktivitas bisnis untuk mewujudkan SDGs sebagai “Purpose” melalui pelaksanaan kegiatan yang selaras dengan elemen-elemen dalam slogan perusahaan “*Ethical Living for SDGs*” sebagai wujud komitmen Perusahaan dalam mengintegrasikan aspek keberlanjutan ke dalam proses bisnis.

Pelaksanaan kinerja keberlanjutan yang dilakukan melalui kegiatan-kegiatan ini diharapkan dapat memelihara hubungan baik antara Perseroan dengan seluruh pemangku kepentingan dan terus berupaya untuk meminimalkan dampak lingkungan melalui berbagai kebijakan strategis terkait keberlanjutan, serta dievaluasi secara berkala efektivitasnya untuk penyempurnaan dengan kondisi dan lingkungan bisnis Perusahaan.

Adapun pelaksanaan kegiatan kinerja keberlanjutan didasari oleh peraturan perundang-undangan yang berlaku, di antaranya:

1. Undang-undang No. 1 tahun 1970 tentang Keselamatan Kerja;
2. Undang-undang No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Pelanggan;
3. Undang-undang No. 13 tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan;
4. Undang-undang No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas;
5. Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan Perseroan Terbatas.

PT Uni-Charm Indonesia Tbk is committed to implementing a sustainable strategies to become a corporation that provides added value to stakeholders by harmonizing social and environmental aspects. To support the implementation of the sustainability strategies, the Company carries out business activities to realize the SDGs as a “Purpose” through the implementation of activities that are aligned with the elements in the company slogan “*Ethical Living for SDGs*” as a form of the Company’s commitment to integrating sustainability aspects into business processes.

The implementation of sustainability performance carried out through these activities is expected to be able to maintain good relations between the Company and all stakeholders and continue to strive to minimize environmental impacts through various strategic policies related to sustainability, and periodically evaluate their effectiveness for improvement with the Company’s business conditions and environment.

The implementation of sustainability performance activities is based on applicable laws and regulations, including:

1. Law no. 1 of 1970 concerning Work Safety;
2. Law no. 8 of 1999 concerning Customer Protection;
3. Law no. 13 of 2003 concerning Manpower;
4. Law no. 40 of 2007 concerning Limited Liability Companies;
5. Government Regulation no. 47 of 2012 concerning Social and Environmental Responsibility of Limited Liability Companies.



TATA KELOLA KEBERLANJUTAN
SUSTAINABILITY GOVERNANCE



Profil Perusahaan

Company Profile





PROFIL PERUSAHAAN
COMPANY PROFILE

PROFIL PERUSAHAAN COMPANY PROFILE



Nama Perusahaan
Company's Name

PT Uni-Charm Indonesia Tbk



Bidang Usaha
Business fields

Perusahaan yang mengembangkan bisnis dengan produk andalan, yaitu popok bayi, pembalut wanita, popok dewasa, tisu basah, kapas kecantikan, masker dan produk untuk *partner animal* (hewan peliharaan)

PT Uni-Charm Indonesia Tbk is a business that expands through the sale of its featured products, which include baby diapers, sanitary napkin, adult diapers, wet tissue, cosmetic puff, masks, and product for partner animal.



Komposisi Pemegang Saham
Composition of Shareholders

- Unicharm Corporation, Jepang (59,2%)
- PT Purinusa Ekapersada (20,8%)
- Masyarakat (19,68%)

- Unicharm Corporation, Japan (59.2%)
- PT Purinusa Ekapersada (20.8%)
- Community (19.68%)



Tanggal Pendirian
Date of Establishment

5 Juni 1997
June 5, 1997



Dasar Hukum Pendirian
Legal Basis of Establishment

Perseroan didirikan berdasarkan Akta Pendirian No. 37 tanggal 5 Juni 1997, dibuat di hadapan Yulia, SH, Notaris di Jakarta, Notaris Pengganti dari Linda Herawati, SH, Notaris di Jakarta, yang telah disetujui oleh Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia melalui Keputusan No. C2-9632 HT.01.01.Th.97 tanggal 18 September 1997 dan telah didaftarkan pada Daftar Perusahaan di Kantor Pendaftaran Perusahaan Kota Jakarta Barat dengan No. 1095 / BH.09.03 / IV / 98 13 April 1998, dan telah diumumkan di Berita Negara Republik Indonesia No. 56 tertanggal 14 Juli 1998 dan Tambahan Berita Negara Republik Indonesia No. 3838/1998.

The Company was established based on Deed of Establishment No. 37 dated June 5, 1997, made before Yulia, S.H., Notary in Jakarta, Surrogate Notary from Linda Herawati, S.H., Notary in Jakarta, who had been approved by Minister of Law and Human Rights of the Republic of Indonesia through Decree No. C2-9632 HT.01.01.Th.97 dated September 18, 1997 and has been registered at the Company Register at the West Jakarta City Company Registration Office with No. 1095 / BH.09.03 / IV / 98 April 13, 1998, and has been announced in State Gazette of Republic of Indonesia No. 56 dated July 14, 1998 and Additional State Gazette of the Republic of Indonesia No. 3838/1998.



Modal Dasar
Authorized Capital

Rp1.330.103.160.000,- dibagi atas 13.301.031.600 saham, masing-masing dengan nilai nominal Rp100, -
Rp1,330,103,160.000,- divided by 13,301,031,600 shares, each with nominal value of Rp100,-



Modal Ditempatkan dan Disetor Penuh
Capital Issued and Fully Paid

Rp415.657.230.000 dibagi atas 4.156.572.300 saham, masing-masing dengan nilai nominal Rp100
Rp415,657,230,000,- divided by 4,156,572,300 shares, each with nominal value of Rp100,-



Pencatatan Saham

Shares Listing

20 Desember 2019
December 20, 2019



Kode Saham

Shares Code

UCID
UCID



Jumlah SDM per 31 Desember 2022

Number of HR as of December 31, 2022

2.520 orang
2,510 people



Alamat Kantor Pusat

Head Office Address

Alamat Kantor Pusat | Head Office
 Sinarmas MSIG Tower 42 floors
 Jl. Jend Sudirman Kav 21, Karet,
 Setiabudi, Jakarta Selatan 12920
 Tel | Phone : (021) 29189191
 Fax : (021)29189191



Alamat Pabrik

Factories Address

Pabrik | Factories

- **Pabrik I | Factory I**
Kawasan Industri KIIC, Jl. Maligi VI Lot L 4-7, Teluk Jambe, Karawang 41361
- **Pabrik II | Factory II**
Kawasan Industri KIIC, Jl. Permata Raya Lot D 2B, Teluk Jambe, Karawang 41361
- **Pabrik III | Factory III**
Ngoro Industrial Park, Block D2, Ds. Lolawang, Ngoro - Mojokerto, 61385
- **Pabrik IV | Factory IV**
PT Unicharm Nonwoven Indonesia Ngoro Industrial Park, Block D2-1A, Ds. Lolawang, Ngoro - Mojokerto, 61385



Situs Web

Website

www.unicharm.co.id



E-Mail

Corporate-secretary@unicharm.co.id



Sekretaris Perusahaan

Corporate Secretary

Vikry Akmadi



PROFIL PERUSAHAAN
COMPANY PROFILE

RIWAYAT SINGKAT PERUSAHAAN BRIEF HISTORY OF THE COMPANY

PT Uni-Charm Indonesia Tbk (“Perseroan”) didirikan berdasarkan Akta Notaris No. 37 tanggal 5 Juni 1997 oleh Linda Herawati S.H. Akta ini disahkan Menteri Kehakiman Republik Indonesia melalui Surat Keputusan No. C29632.HT.01.01.Th.97 tanggal 18 September 1997 dan telah diumumkan dalam Berita Negara Republik Indonesia No. 56 tanggal 14 Juli 1998, Tambahan No. 3838.

Sejak didirikan, Anggaran Dasar Perseroan telah mengalami beberapa kali perubahan. Perubahan terakhir dibuat berdasarkan Akta Notaris No. 25 tanggal 29 Juli 2021 oleh Rusnaldy S.H., Perseroan dan Entitas Anak tergabung dalam Grup Unicharm, dengan Unicharm Corporation yang berdomisili di Jepang sebagai Entitas induk. Perseroan semakin menunjukkan eksistensinya resmi mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia dengan melakukan penawaran umum perdana (*Initial Public Offering/ IPO*) pada tanggal 20 Desember 2019.

Perseroan juga selalu berupaya mengembangkan mutu produk dengan memperkenalkan produk-produk unggulan baru sejalan dengan perubahan selera masyarakat Indonesia. Budaya inovatif karyawan adalah kunci kesuksesan Perseroan. Lebih lanjut, sejalan dengan visi dan misi Perusahaan, Perseroan ingin menjadi perusahaan yang terus tumbuh dan berkembang secara berkelanjutan, dengan memperhatikan tata kelola perusahaan yang baik, meningkatkan nilai tambah untuk pemegang saham dan menjaga hubungan yang harmonis dengan seluruh *stakeholders*.

Informasi Perubahan Nama

Hingga akhir 2022, Perseroan tidak pernah melakukan perubahan nama.

PT Uni-Charm Indonesia Tbk (the “Company”) was established based on Notarial Deed No. 37 dated June 5, 1997 by Linda Herawati S.H. This deed was legalized by the Minister of Justice of the Republic of Indonesia through Decree No. C29632.HT.01.01.Th.97 dated 18 September 1997 and has been announced in the State Gazette of the Republic of Indonesia No. 56 dated 14 July 1998, Supplement No. 3838.

Since its establishment, the Company’s Articles of Association have undergone several amendments. The last amendment was made based on Notarial Deed No. 25 on July 29, 2021 by Rusnaldy S.H., the Company and It’s Subsidiaries are members of the Unicharm Group, with Unicharm Corporation domiciled in Japan as the Parent Entity. The company is increasingly demonstrating its existence by officially listing its shares on the Indonesia Stock Exchange by conducting an initial public offering (IPO) on December 20, 2019.

The Company also always strives to improve product quality by introducing new superior products in line with the changing tastes of the Indonesian people. Employee innovative culture is the key to the success of the Company. Furthermore, in line with the Company’s vision and mission, the Company wants to become a company that continues to grow and develop in a sustainable manner, by taking into account good corporate governance, increasing added value for shareholders and maintaining harmonious relationships with all stakeholders.

Name Change Information

Until the end of 2022, the Company has never changed its name.

SKALA USAHA BUSINESS SCALE

Kinerja Sosial <i>Social Performance</i>	Satuan <i>Unit</i>	Tahun <i>Year</i>		
		2022	2021	2020
Total Aset <i>Total Assets</i>	Rp Juta <i>Million IDR</i>	8.382.538	7.777.887	7.637.774
Total Liabilitas <i>Total Liabilities</i>	Rp <i>IDR</i>	3.218.785	2.837.256	3.119.459
Demografi Karyawan <i>Employee Demographics</i>	Orang <i>People</i>	2.520	2.452	2.402
Komposisi Kepemilikan Saham <i>Composition of Share Ownership</i>	Informasi Komposisi Pemegang Saham Tahun 2022 sudah diungkapkan di dalam Laporan Keberlanjutan 2022, halaman 54 <i>Information on the Composition of Shareholders for 2022 has been disclosed in the 2022 Sustainability Report, page 54</i>			
Wilayah Operasional <i>Operational Areas</i>	Informasi Wilayah Operasional Tahun 2022 sudah diungkapkan di dalam Laporan Keberlanjutan 2022, halaman 46 <i>Information on Operational Areas for 2022 has been disclosed in the 2022 Sustainability Report, page 46</i>			

BIDANG USAHA

BUSINESS FIELDS

KEGIATAN USAHA SESUAI ANGGARAN DASAR TERAKHIR

BUSINESS ACTIVITIES ACCORDING TO THE LATEST ARTICLES OF ASSOCIATION

Sesuai dengan pasal 3 Anggaran Dasar Perseroan, Maksud dan Tujuan Perseroan adalah untuk ikut serta dalam bisnis Industri Kertas Tisu. Untuk mencapai maksud dan tujuan ini, Perseroan melakukan kegiatan usaha sebagai berikut:

Kegiatan Usaha Utama:

Memproduksi produk-produk kebersihan pribadi mulai dari kertas, produk katun, seperti tisu pembersih, napkin dan napkin untuk bayi.

Kegiatan Usaha Pendukung:

Melakukan kegiatan bisnis lain yang mendukung kegiatan bisnis dalam butir a berdasarkan hukum dan peraturan yang berlaku.

Bidang Usaha yang Telah Dijalankan Hingga Tahun 2022

Sepanjang tahun 2022, Perusahaan menjalankan kegiatan usaha yang sesuai dengan Anggaran Dasar terakhirnya.

Informasi Pengungkapan Bidang Usaha di dalam Laporan Keuangan Tahun 2022

Informasi tentang kegiatan usaha di atas juga telah tercantum dalam Laporan Keuangan PT Uni-Charm Indonesia Tbk untuk tahun buku yang berakhir 31 Desember 2022.

In accordance with Article 3 of the Company's Articles of Association, the Company's aims and objectives are to participate in the Tissue Paper Industry business. To achieve these aims and objectives, the Company carries out the following business activities:

Main Business Activities:

Producing personal hygiene products ranging from paper, cotton products, such as cleaning wipes, napkins, and napkins for babies.

Supporting Business Activities:

Carry out other business activities that support the business activities in point a based on applicable laws and regulations.

Business Fields That Have Been Running Until 2022

Throughout 2022, the Company carries out business activities in accordance with its latest Articles of Association.

Disclosure Information on Business Fields in the 2022 Financial Report

Information about the above business activities has also been included in PT Uni-Charm Indonesia Tbk's Financial Statements for the financial year ending on December 31, 2022.



PROFIL PERUSAHAAN
COMPANY PROFILE

JEJAK LANGKAH MILESTONES

1997

Unicharm Corporation dan PT Purinusa Ekapersada mendirikan perusahaan bernama PT Uni-Charm Indonesia
Unicharm Corporation and PT Purinusa Ekapersada established a company called PT Uni-Charm Indonesia

2000

MamyPoko
Perseroan meluncurkan produk Popok Bayi MamyPoko
MamyPoko
The company launched the MamyPoko Baby Diaper product

1998

Fasilitas Produksi Pertama
• Mulai beroperasi di Pabrik ke-1 di Karawang
• Meluncurkan produk pembalut Charm
First Production Facility
• Started operating at Factory 1 in Karawang
• Launched Charm pads

2017

- Mendapatkan Sertifikasi Halal untuk produk di bawah merek "MamyPoko", "Charm", "Lifree" dan "MamyPoko Wipes"
- Memperoleh 99% saham kepemilikan atas PT Unicharm Nonwoven Indonesia ("UCNWI") dari Unicharm Kokko Nonwoven Co., Ltd anggota grup Unicharm
- Obtained Halal Certification for products under the brands "MamyPoko", "Charm", "Lifree" and "MamyPoko Wipes"
- Obtained 99% ownership interest in PT Unicharm Nonwoven Indonesia ("UCNWI") from Unicharm Kokko Nonwoven Co., Ltd, a member of the Unicharm group

2016

Meningkatkan sertifikasi ISO 9001: 2015 & ISO 14001: 2015
Upgraded ISO 9001: 2015 & ISO 14001: 2015 certification

2014

Sertifikasi
Memperoleh sertifikasi ISO 13485: 2012
Certification
Obtained ISO 13485:2012 certification

2018

- Memperoleh sertifikasi Sistem Manajemen Keselamatan dan Kesehatan Kerja (SMK3) untuk Pabrik 2 di Karawang
- Meningkatkan sertifikasi ISO 13485: 2016 untuk semua pabrik
- Obtained Occupational Safety and Health Management System (SMK3) certification for Factory 2 in Karawang
- Increased ISO 13485:2016 certification for all factories

2019

Perseroan menjadi perusahaan publik dan melepas saham kepada publik dengan mendaftarkan 20,00% (dua puluh) persen saham di Bursa Efek Indonesia
The company becomes a public company and releases shares to the public by registering 20.00% (twenty) percent of the shares on the Indonesia Stock Exchange

2020

Pada RUPS Tahunan tanggal 29 Juli 2020, untuk pertama kalinya sebagai perusahaan terbuka, Perseroan telah membagikan dividen tunai tahun 2019 kepada pemegang saham sebesar Rp19.25 (nilai penuh)
At the Annual General Meeting of Shareholders (GMS) on July 29, 2020, for the first time as a public company, the Company has distributed cash dividends in 2019 to shareholders of Rp. 19.25 (full amount).

2003

MamyPoko mencapai posisi nomor 1 pangsa pasar di Indonesia
 MamyPoko reached the number 1 market share position in Indonesia

2007

Peringatan 10 tahun berdirinya Perseroan
 10th anniversary of the founding of the Company

2008

- Produk pembalut wanita Charm mencapai pangsa pasar No.1 di Indonesia
- Meluncurkan rangkaian produk popok dewasa Lifree di tahun 2008
- Charm sanitary napkins achieved No.1 market share in Indonesia
- Launched the Lifree range of adult diapers in 2008

2013**Fasilitas Produksi ke-3**

- Lifree mencapai posisi nomor 1 pangsa pasar di Indonesia
 - Mulai beroperasi pada Pabrik ke-3 di Mojokerto
 - Perluasan Pabrik ke-2 di Karawang
- 3rd Production Facility**
- Lifree achieved the number 1 market share position in Indonesia
 - Started operating at Factory 3 in Mojokerto
 - 2nd Factory Expansion in Karawang

2010

Pada 2010, mulai beroperasi di Pabrik ke-2 di Karawang
 In 2010, started operating at the 2nd Factory in Karawang

2009**Fasilitas Produksi ke-2**

Meluncurkan MamyPoko Baby Wipes
2nd Production Facility
 Launched MamyPoko Baby Wipes

2021

Perseroan dan PT Unicharm Nonwoven Indonesia mendirikan Entitas Anak baru bernama PT Unicharm Trading Indonesia.

The Company and PT Unicharm Nonwoven Indonesia established a new Subsidiary Entity named PT Unicharm Trading Indonesia.

2022

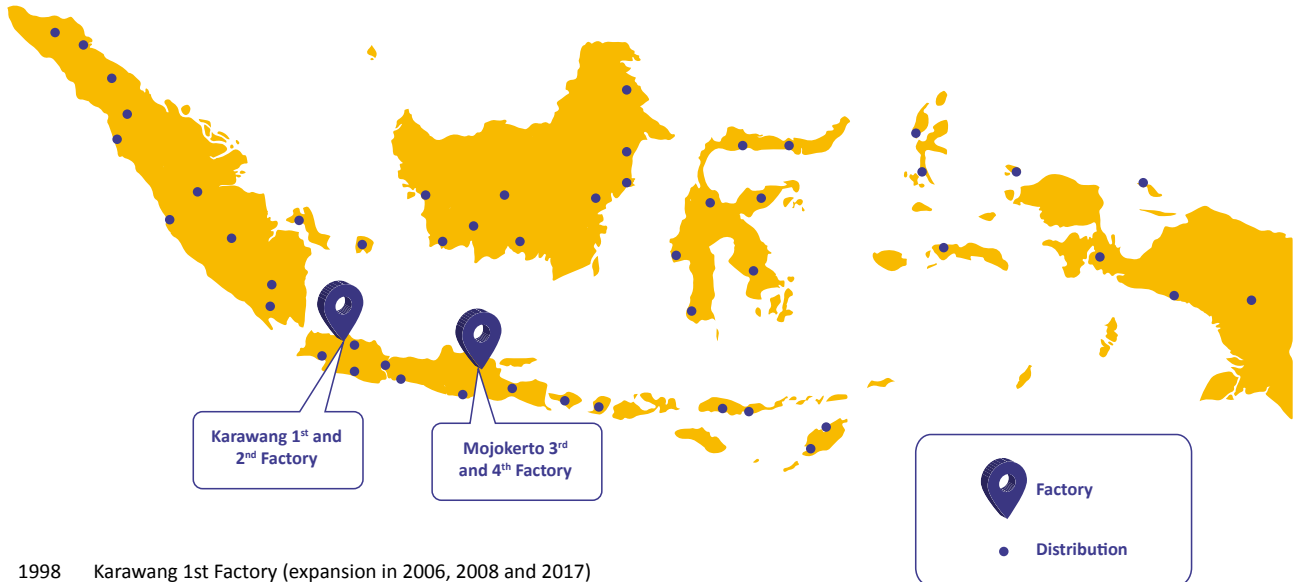
- Peluncuran Pembalut Menggunakan *Bio Material* pada Hari Lingkungan Hidup, Berkontribusi pada Pengurangan Plastik Berbahan Dasar Minyak Bumi
- Perseroan mengubah sekamir 8 Juta kWh/Tahun dari Listrik yang Digunakan di Karawang Factory 1 Menjadi Green Energy
- Peluncuran produk MamyPoko *Royal Soft Organic Cotton* pertama di Indonesia
- Peluncuran produk MamyPoko *Pants X-tra Kering "Smart Peluk Elastis 5.0"*
- Launching of Sanitary Pads Using Mio Material on Environment Day, Contributing to Reducing Petroleum-Based Plastics
- The company converts around 8 million kWh/year of the electricity used in Karawang Factory 1 into green energy
- Launching of the first MamyPoko Royal Soft Organic Cotton product in Indonesia
- Launching of MamyPoko Pants X-tra Dry "Smart Hug Elastic 5.0" product





PROFIL PERUSAHAAN
COMPANY PROFILE

WILAYAH OPERASIONAL AREA OF OPERATIONS



- 1998 Karawang 1st Factory (expansion in 2006, 2008 and 2017)
- 2010 Karawang 2nd Factory (expansion in 2012, 2013)
- 2013 Mojokerto 3rd Factory (expansion in 2015) PT Unicharm Nonwoven Indonesia
- 2015 Mojokerto 4th Factory (start operation)



Kantor Pusat | Head Office

Sinarmas MSIG Tower 42 floor
Jl. Jend Sudirman Kav 21, Karet,
Setiabudi, Jakarta Selatan 12920
Telp : (021) 29189191
Fax : (021)29189191

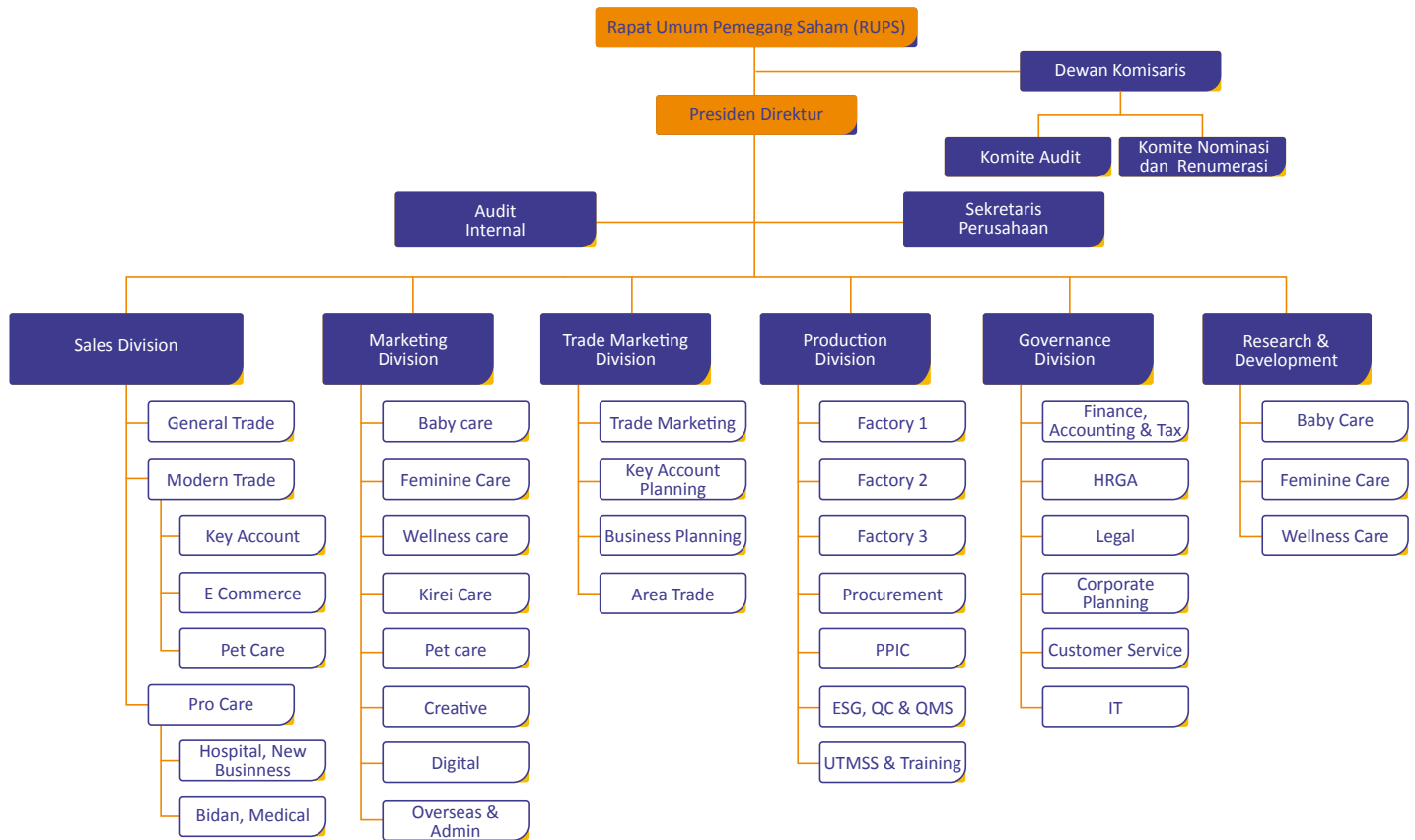


Pabrik | Factory

- Pabrik I | Factory I
Industrial Area KIIC, Jl. Maligi VI Lot L 4-7, Teluk
Jambe, Karawang 41361
- Pabrik II | Factory II
Industrial Area KIIC, Jl. Permata Raya Lot D 2B, Teluk
Jambe, Karawang 41361
- Pabrik III | Factory III
Ngoro Industrial Park, Block D2, Ds. Lolawang, Ngoro
- Mojokerto, 61385
- Pabrik IV | Factory IV
PT Unicharm Nonwoven Indonesia Ngoro Industrial
Park, Block D2-1A, Ds. Lolawang, Ngoro - Mojokerto,
61385

STRUKTUR ORGANISASI

ORGANIZATIONAL STRUCTURES



KEANGGOTAAN PADA ASOSIASI

MEMBERSHIP IN ASSOCIATIONS

Nama Asosiasi <i>Association Name</i>	Sifat Keikutsertaan <i>Participation Nature</i>	Status <i>Status</i>	Skala <i>Scale</i>
Persatuan Perusahaan Perbekalan Kesehatan Rumah Tangga Indonesia (PEKERTI) Association of Indonesian Household Health Supply Companies (PEKERTI)	Organisasi yang menghimpun perusahaan Perbekalan Kesehatan Rumah Tangga (PKRT) di Indonesia, yang melakukan usaha-usaha di bidang produksi, ekspor/impor, perdagangan, dan peredaran produk PKRT yang dibentuk secara sukarela, bersifat mandiri nirlaba, bukan organisasi pemerintah, bukan organisasi politik, berbadan hukum dan berada dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia. An organization that brings together Household Health Supply (PKRT) companies in Indonesia, which conducts business in the fields of production, export/import, trade and distribution of PKRT products. This association is formed voluntarily, independent, nonprofit, not a government organization, not a political organization, legally incorporated and within the jurisdiction of the Republic of Indonesia.	Anggota Aktif Active Member	Nasional National



PROFIL PERUSAHAAN
COMPANY PROFILE

Nama Asosiasi Association Name	Sifat Keikutsertaan Participation Nature	Status Status	Skala Scale
Asosiasi Pengusaha Pemasok Pasar Modern Indonesia (AP3MI) Indonesian Modern Market Supply Entrepreneurs Association (AP3MI)	Sebagai sarana, wadah, atau asosiasi yang dapat membina, menjembatani, melindungi, dan membela para pengusaha atau pemasok pasar modern yang ada di Indonesia. As a means, forum, or association that can foster, bridge, protect and defend entrepreneurs or suppliers of modern markets in Indonesia.	Anggota Aktif Active Member	Nasional National
Asosiasi Pulp dan Kertas Indonesia (APKI) Indonesian Pulp and Paper Association (APKI)	Bertujuan memfasilitasi pengembangan industri pulp dan kertas yang berkelanjutan di Indonesia. An association that is formed to facilitate the development of a sustainable pulp and paper industry in Indonesia.	Anggota Aktif Active Member	
Asosiasi Pengusaha Indonesia (APINDO) Indonesian Employers Association (APINDO)	<ul style="list-style-type: none"> Mengembangkan hubungan industrial yang harmonis dan produktif. Melindungi, membela dan memberdayakan seluruh pelaku usaha. Berperan aktif dalam meningkatkan investasi. Berperan aktif dalam proses penyusunan kebijakan Pemerintah. Develop harmonious and productive industrial relations. Protect, defend and empower all business actors. Take an active role in increasing investment. Take an active role in the process of formulating Government policies. 	Anggota Aktif Active Member	Nasional National
Indonesia Corporate Secretary Assoc (ICSA) Asosiasi Sekretaris Perusahaan Indonesia (ICSA)	Mendukung upaya pengembangan tata kelola perusahaan yang baik, melalui pengembangan pengetahuan dan keterampilan, pertukaran informasi dan forum komunikasi antara Sekretaris Perusahaan, regulator, dan pemangku kepentingan lainnya. Support the efforts to develop good corporate governance, through knowledge and skills development, information exchange and communication forums between the Corporate Secretary, regulators and other stakeholders.	Anggota Aktif Active Member	
Telaga Desa	Sifat Keikutsertaan: Asosiasi yang mendukung pemerintah dan masyarakat dalam melaksanakan program pelestarian lingkungan melalui kegiatan Sekolah Go Green dan Kampanye Go Green. Association that support the government and community in implementing environmental conservation program through Go Green School and Go Green Campaign activities.	Anggota Aktif Active Member	Nasional National
Asosiasi Emiten Indonesia (AEI) Indonesia Public Listed Companies Association (AEI)	Wadah organisasi bagi perusahaan terbuka. Organizational platform for Go Public companies.	Anggota Aktif Active Member	Nasional National

PRODUK DAN JASA YANG DIHASILKAN PRODUCTS AND SERVICES PRODUCED

Hingga akhir 2022, Perseroan telah mengeluarkan sejumlah produk diantaranya:

Until the end of 2022, the Company has issued a number of products including:



Baby Care Diaper



Feminine Care



Wellness Care



Kirei Care



Pet Care





PERUBAHAN ORGANISASI YANG BERSIFAT SIGNIFIKAN SIGNIFICANT ORGANIZATIONAL CHANGES

Sepanjang tahun 2022, tidak terdapat perubahan organisasi yang berpengaruh signifikan bagi kelangsungan usaha Perseroan.

Throughout 2022, there were no organizational changes that had a significant effect on the continuity of the Company's business.

DEMOGRAFI KARYAWAN EMPLOYEE DEMOGRAPHY

Dalam rangka mempertahankan talenta-talenta terbaik yang dimiliki, kebijakan pengelolaan SDM di Perseroan senantiasa menjunjung tinggi keberagaman tanpa membedakan gender, suku, ras dan agama. Dengan menerapkan strategi pengelolaan SDM yang berorientasi pada kebutuhan dan kesejahteraan karyawan, Perseroan berhasil mengendalikan tingkat turnover karyawan.

To retain the best talent, the company's HR management policy always promotes diversity, regardless of gender, ethnicity, race, or religion. By implementing an HR management strategy that is oriented towards the needs and welfare of employees, the Company has succeeded in controlling the employee turnover rate.

Hingga akhir 2022, jumlah karyawan Perseroan tercatat sebanyak 2.520 orang, mengalami kenaikan dibandingkan tahun sebelumnya sebanyak 2.452 orang. Jumlah tersebut sudah disesuaikan dengan kebutuhan operasional dan rencana pengembangan usaha Perseroan.

Until the end of 2022, the number of the Company's employees was recorded at 2.520 people, an increase compared to the previous year's total of 2.452 people. This amount has been adjusted to reflect the operational needs and business development plans of the Company.

Uraian lengkap mengenai demografi karyawan Perseroan selama 3 (tiga) tahun terakhir dapat dilihat pada tabel-tabel berikut ini:

A complete description of the demographics of the Company's employees for the last 3 (three) years can be seen in the following tables:

Komposisi Karyawan Berdasarkan Jenis Kelamin
Employee Composition Based on Gender

Jenis Kelamin Gender	2022	2021	2020
Laki-laki Male	1.077	1.033	1.030
Perempuan Female	1.443	1.419	1.372
Jumlah Total	2.520	2.452	2.402

Komposisi Karyawan Berdasarkan Usia

Employee Composition Based on Age

Usia Age	2022		2021		2020	
	Laki-laki Male	Perempuan Female	Laki-laki Male	Perempuan Female	Laki-laki Male	Perempuan Female
<30 tahun <30 years old	569	932	558	977	559	958
31 – 40 tahun 31 – 40 years old	340	409	319	352	319	332
41 – 50 tahun 41 – 50 years old	131	92	130	81	128	77
>51 tahun >51 years old	37	10	26	9	24	5
Jumlah Total	1.077	1.443	1.033	1.419	1.030	1.372

Komposisi Karyawan Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Employee Composition Based on Education Level

Tingkat Pendidikan Education Level	2022		2021		2020	
	Laki-laki Male	Perempuan Female	Laki-laki Male	Perempuan Female	Laki-laki Male	Perempuan Female
Magister (S2) Master's Degree	12	5	11	6	3	1
Sarjana (S1) Bachelor's Degree	243	122	240	114	252	186
Diploma 1 – 3 Associate Degree	78	18	82	23	56	20
SMA dan lain-lain High School etc	744	1.298	700	1.276	719	1.165
Jumlah Total	1.077	1.443	1.033	1.419	1.030	1.372

Komposisi Karyawan Berdasarkan Level Jabatan

Employee Composition Based on Position Level

Level Jabatan Position Level	2022		2021		2020	
	Laki-laki Male	Perempuan Female	Laki-laki Male	Perempuan Female	Laki-laki Male	Perempuan Female
Manajerial Managerial	88	17	86	16	82	12
Non- Manajerial Non-Managerial	514	250	514	241	523	247
Pekerja Worker	475	1.176	433	1.162	425	1.113
Jumlah Total	1.077	1.443	1.033	1.419	1.030	1.372



PROFIL PERUSAHAAN
COMPANY PROFILE

Komposisi Karyawan Berdasarkan Status Ketenagakerjaan
Employee Composition Based on Employment Status

Status Ketenagakerjaan <i>Employment Status</i>	2022		2021		2020	
	Laki-laki <i>Male</i>	Perempuan <i>Female</i>	Laki-laki <i>Male</i>	Perempuan <i>Female</i>	Laki-laki <i>Male</i>	Perempuan <i>Female</i>
Karyawan Tetap Permanent Employee	869	954	896	984	864	984
Karyawan Kontrak Contract Employee	208	489	137	435	166	388
Jumlah Total	1.077	1.443	1.033	1.419	1.030	1.372

Komposisi Karyawan Berdasarkan Aktivitas Bisnis
Employee Composition Based on Business Activities

Aktivitas Bisnis <i>Business Activities</i>	2022		2021		2020	
	Laki-laki <i>Male</i>	Perempuan <i>Female</i>	Laki-laki <i>Male</i>	Perempuan <i>Female</i>	Laki-laki <i>Male</i>	Perempuan <i>Female</i>
Pemasaran Marketing	21	32	21	34	24	25
Kantor Office	70	61	63	57	60	53
Produksi Production	848	1.253	812	1.235	809	1.195
Penjualan Sales	138	97	137	93	137	99
Jumlah Total	1.077	1.443	1.033	1.419	1.030	1.372

Komposisi Karyawan Berdasarkan Lokasi
Employee Composition Based on Location

Lokasi Bisnis <i>Business Location</i>	2022		2021		2020	
	Laki-laki <i>Male</i>	Perempuan <i>Female</i>	Laki-laki <i>Male</i>	Perempuan <i>Female</i>	Laki-laki <i>Male</i>	Perempuan <i>Female</i>
Jakarta	66	61	63	61	63	50
Kerawang	587	814	574	837	573	809
Mojokerto	309	492	282	443	281	429
AREA	115	76	114	78	113	84
Jumlah Total	1.077	1.443	1.033	1.419	1.030	1.372

PELATIHAN DAN PENGEMBANGAN KOMPETENSI KARYAWAN

EMPLOYEE COMPETENCE TRAINING AND DEVELOPMENT

Perseroan memiliki rencana untuk terus mengembangkan, menumbuhkan, dan mengekspansi berbagai lini bisnisnya agar dapat terus tumbuh dan berkembang dengan pangsa pasar yang semakin besar. Untuk dapat mencapai tujuan tersebut, Perseroan membekali semua karyawan dengan berbagai program pelatihan dan pengembangan SDM yang terencana yang berbasis pada *The Unicharm Way* agar kualitas dan kemampuan setiap talenta yang dikelola tetap terjaga sehingga mampu menjawab tantangan dan dinamika yang terjadi setiap waktu.

Program-program pengembangan kompetensi SDM diimplementasikan secara efektif, berkelanjutan, dan inklusif tanpa diskriminasi gender, ras, suku, agama, ataupun hal lain yang tidak relevan. Perseroan berharap pendekatan yang berkesinambungan dan komprehensif ini dapat menghasilkan generasi penerus dan calon pemimpin yang cakap dan visioner di masa depan untuk membawa kinerja dan usaha Perseroan ke tingkat yang lebih tinggi.

Pada tahun 2022, penyelenggaraan kegiatan pelatihan karyawan dilakukan secara *hybrid* baik virtual maupun fisik namun dengan tetap menerapkan protokol kesehatan COVID-19 secara ketat. Berikut ini adalah beberapa jenis kegiatan pelatihan yang sudah dilaksanakan di tahun 2022, antara lain sebagai berikut:

The company intends to continue expanding, growing, and developing its numerous business lines in order to increase its market share and enable it to grow and develop. In order to achieve this goal, the Company equips all employees with various planned HR training and development programs based on *The Unicharm Way* in order to help them reach this objective and maintain the caliber and aptitude of each managed talent so that they are always prepared to respond to challenges and changing circumstances.

HR competency development programs are implemented effectively, sustainably, and inclusively without discrimination on gender, race, ethnicity, religion, or other irrelevant matters. The company hopes that this continuous and comprehensive approach will produce future leaders who are capable and visionary enough to take the Company's performance and business to the next level.

In 2022, the implementation of employee training activities will be carried out in a hybrid manner, both virtual and physical, while still implementing the COVID-19 health protocol strictly. The following are several types of training activities that have been carried out in 2022, including the following:

No.	Material Subject	Jumlah Peserta Total Participant	Tanggal Pelatihan Date of Training	Internal/ External	Objektif Objective
1	Global 30 Program Global 30 Program	41	- Tahap 2 :Februari - Tahap 3 : Juni - Tahap 4 : Agustus - Tahap 5 : Oktober Stage 2 :February *Stage 3 : June *Stage 4 : August *Stage 5 : Oktober	Internal	Pendidikan untuk pemimpin masa depan untuk usia sekamir 30 - 40 tahun untuk mempelajari dasar UC Way, keterampilan teknis dan non teknis Education for Future Leader for age arround 30 - 40 years to learn the fundamental UC Way, hard skill, soft skill
2	Excecutive Muda Young Executive	18	25 November 2022 November 25, 2022	Internal	Pendidikan untuk pemimpin masa depan untuk usia sekamir 30 tahun ke bawah untuk mempelajari dasar UC Way, keterampilan teknis, non teknis, pemikiran logis, dan pemahaman lintas departemen Education for Future Leader for age arround 30 years below to learn the fundamental UC Way, hard skill, soft skill, logical thinking, and cross department comcept.
3	Pelatihan CR CR Training	18	25 November 2022 November 25, 2022	Internal	Pembelajaran terkait kompetensi peringkat berdasarkan masing-masing CR untuk mengetahui bagaimana kompetensi, peran, tanggung jawab, sikap yang dibutuhkan di setiap CR Learning related Competency Rank based on each CR to know how the competencies, role, responsibility, stance needed in each CR
4	Total Penghargaan Total Rewards	7	11-12 Agustus 2022 August 11 - 12	External	Untuk memiliki pengetahuan yang lebih dalam mengenai konsep total reward dan strategi untuk Manajemen Sumber Daya Manusia yang unggul To have a deeper knowledge regarding the concept of total rewards and strategy for an excellent Human Resource Management



PROFIL PERUSAHAAN
COMPANY PROFILE

No.	Material Subject	Jumlah Peserta Total Participant	Tanggal Pelatihan Date of Training	Internal/ External	Objektif Objective
5	Keamanan Dunia Maya Cyber Security	1	November 25, 2022	External	Agar pengguna mengetahui cara mendeteksi ancaman, dan cara mempertahankan diri dari serangan siber. Ini juga menyoroti pentingnya memiliki perangkat yang dilengkapi dengan pemutakhiran terbaru untuk menjaga keamanan Anda tetap mutakhir. To make users know how to detect threats, and how to defend themselves from a cyberattack. It also highlights the importance of having devices equipped with the latest upgrades to keep your security up to date.
6	Pelatihan Laporan Keberlanjutan Sustainability Report Training	1	8-11 Agustus August 8-11, 2022	External	Untuk memberikan transparansi atas kontribusi perusahaan terhadap pembangunan berkelanjutan To provide transparency on the company's contribution to sustainable development
7	Pelatihan Komite Audit Audit Committee Training	1	23-24 Agustus August 23-24, 2022	External	Memberikan pengawasan terhadap proses pelaporan keuangan, proses audit, sistem pengendalian internal perusahaan dan kepatuhan terhadap hukum dan peraturan. Provide oversight of the financial reporting process, the audit process, the company's system of internal controls and compliance with laws and regulations.

BIAYA PENGEMBANGAN KOMPETENSI TAHUN 2022 COMPETENCY DEVELOPMENT COSTS IN 2022

Hingga akhir 2022, Perseroan telah berinvestasi sebesar Rp193.049.397 pada program pengembangan kompetensi karyawan. Jumlah tersebut menurun dibandingkan tahun 2021 sebesar Rp256.785.782. Pada tahun 2022, Perseroan mencatatkan 29 jumlah jam pelatihan.

Until the end of 2022, the Company has invested 193,049,397 in employee competency development programs. This amount increased/decreased in comparison to Rp 256,785,782 in 2021. In 2022, the Company recorded 29 total training hours.

INFORMASI PEMEGANG SAHAM PER 1 JANUARI 2022 DAN 31 DESEMBER 2022 SHAREHOLDERS INFORMATION AS OF JANUARY 1, 2022 AND DECEMBER 31, 2022

Berikut adalah komposisi pemegang saham Perusahaan per 1 Januari 2022 dan 31 Desember 2022:

The following is the composition of the Company's shareholders as of January 1, 2022 and December 31, 2022:

	1 Januari 2022 January 1, 2022		31 Desember 2022 December 31, 2022	
Kepemilikan di atas 5% atau Lebih <i>Ownership above 5% or More</i>				
Nama Pemegang Saham <i>Name of Shareholders</i>	Jumlah Saham <i>Number of Shares</i>	Persentase (%) <i>Percentage (%)</i>	Jumlah Saham <i>Number of Shares</i>	Persentase (%) <i>Percentage (%)</i>
Unicharm Coporation	2.460.690.846	59,2%	2.460.690.846	59,20%
PT Purinusa Ekapersada	864.567.054	20,8%	864.567.054	20,80%
Kepemilikan di bawah 5% atau Lebih <i>Ownership below 5% or More</i>				
Masyarakat Community	818.054.400	19,68%	818.054.400	19,68%
Saham Treasuri <i>Treasury Shares</i>				
Saham Treasuri Treasury Shares	13.260.000	0,32%	13.260.000	0,32%
Jumlah Modal Ditempatkan dan Disetor Penuh Amount of Issued and Fully Paid Capital	415.657.230	100,00%	415.657.230.000	100,00%
Total Saham dalam Portepel Total Shares in Portfolio	9.144.459.300		9.144.459.300	

Kepemilikan Saham Dewan Komisaris & Direksi
Board of Commissioners & Directors Share Ownership

Hingga akhir 2022, Dewan Komisaris maupun Direksi tidak memiliki saham di Perseroan.

Until the end of 2022, the Board of Commissioners and Directors does not have shares in the Company.

Kepemilikan Saham Berdasarkan Klasifikasi
Share Ownership Based on Classification

Nama <i>Name</i>	Jumlah Investor <i>Number of Investor</i>	2022		2021
		Jumlah Saham (Lembar Saham) <i>Number of Shares (Share Sheet)</i>	Persentase Kepemilikan <i>Ownership Percentage</i>	Jumlah Investor <i>Number of Investor</i>
Pemodal Nasional <i>National Investor</i>				
Individu Lokal Local Individual	2.935	39.797.200	0,96%	2.646
Institusi Lokal Local Institution	49	1.012.112.748	24,35%	46



PROFIL PERUSAHAAN
COMPANY PROFILE

Nama Name	Jumlah Investor Number of Investor	2022		2021
		Jumlah Saham (Lembar Saham) Number of Shares (Share Sheet)	Persentase Kepemilikan Ownership Percentage	Jumlah Investor Number of Investor
Pemodal Asing Foreign Investor				
Individu Asing Foreign Individual	84	888.200	0,02%	86
Institusi Asing Foreign Institution	57	3.117.777.259	74,67%	59
Jumlah Total	3.125	4.170.579.407	100,00%	2.837

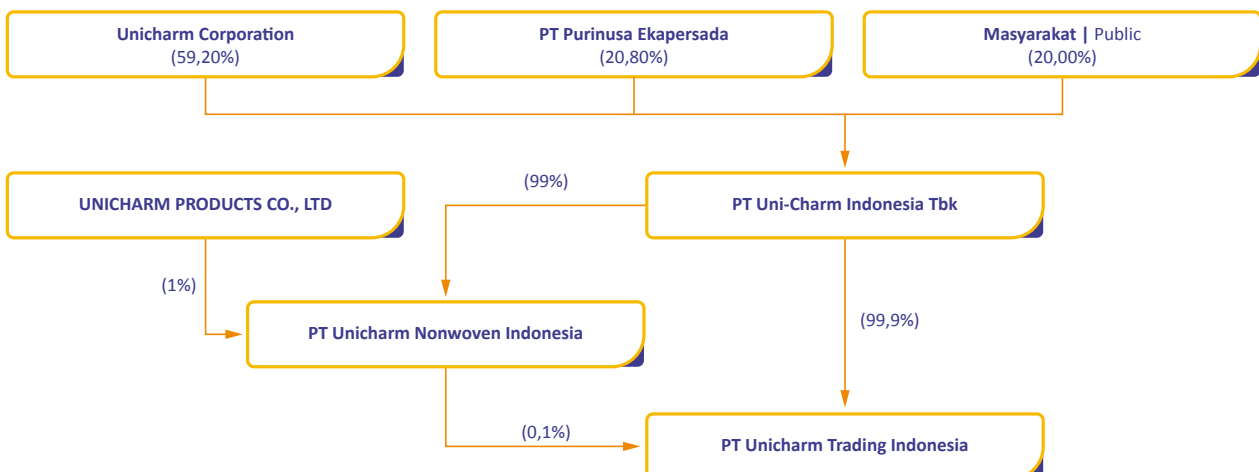
INFORMASI PEMEGANG SAHAM UTAMA DAN/ATAU PENGENDALI

MAIN AND/OR CONTROLLING SHAREHOLDERS' INFORMATION

Nama Pemegang Saham Name of Shareholder	Jumlah Saham Number of Shares	Persentase (%) Percentage (%)
Unicharm Corporation	2.460.690.846	59,2%

STRUKTUR GRUP PERUSAHAAN

COMPANY GROUP STRUCTURE



DAFTAR ENTITAS ANAK

LIST OF SUBSIDIARIES

ENTITAS ANAK SUBSIDIARIES						
Ruang Lingkup Usaha <i>Business Scope</i>	Alamat <i>Address</i>	Total Aset <i>Total Asset</i>	Kepemilikan <i>Ownership</i>	Status Operasi <i>Operational Status</i>	Tahun Operasi Komersil <i>Year of Commercial Operation</i>	
PT Unicharm Nonwoven Indonesia	Manufaktur nonwoven dan kertas tisu Nonwovens manufacturing and tissue paper	Mojokerto, Jawa Timur	377.832	99%	Beroperasi Operating	2015
PT Unicharm Trading Indonesia	Perdagangan Trade	Karawang, Jawa Barat	2.903.081	99,9%	Beroperasi Operating	2021

PT UNICHARM NONWOVEN INDONESIA (UCNWI)

PT UNICHARM NONWOVEN INDONESIA (UCNWI)

Entitas Anak Perseroan secara hukum didirikan di bawah hukum Indonesia dengan nama “PT Unicharm Nonwoven Indonesia”, berdomisili di Mojokerto, berdasarkan Akta Pendirian Perseroan Terbatas No. 88 tanggal 15 Juli 2013 yang dibuat di hadapan Sugito Tedjamulja, SH, Notaris di Jakarta, yang telah disetujui oleh Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia melalui Keputusan No. AHU-41053.AH.01.01. Tahun 2013 29 Juli 2013 dan telah terdaftar dalam Daftar Perusahaan sesuai dengan UU 40/2007 dengan No. AHU0072611.AH.01.09.Tahun 2013 tanggal 29 Juli 2013.

Akta Pendirian tersebut telah mendapat pengesahan dari Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia dengan Surat Keputusan No. AHU-41053.AH.01.01. Tahun 2013 tanggal 29 Juli 2013 dan telah diumumkan dalam Berita Negara Republik Indonesia Nomor 76 tanggal 20 September 2013, Tambahan Nomor 114413. Anggaran Dasar Perseroan telah mengalami beberapa kali perubahan dengan perubahan terakhir dengan Akta Notaris No. 2 tanggal 26 Juli 2019 dari Amelya Rasman, S.H., M.Kn. sehubungan dengan pergantian Komisaris dan Direktur Perseroan. Perubahan ini telah disetujui oleh Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia dalam Surat Keputusan No. AHU-AH.01.03-0308110 tanggal 2 Agustus 2019

Maksud dan Tujuan

Maksud dan tujuan dari Entitas Anak Perseroan berdasarkan Pasal 3 Anggaran Dasar adalah untuk berusaha dalam bidang Industri. Untuk mencapai maksud dan tujuan tersebut Entitas Anak Perseroan melaksanakan kegiatan usaha sebagai berikut:

- Industri Non Woven
- Industri Kertas Tissue.

The Company’s Subsidiary Entity was legally established under Indonesian law under the name “PT Unicharm Nonwoven Indonesia”, domiciled in Mojokerto, based on the Deed of Establishment of a Limited Liability Company No. 88 dated July 15, 2013 made before Sugito Tedjamulja, SH, Notary in Jakarta, which was approved by the Minister of Law and Human Rights of the Republic of Indonesia through Decree No. AHU-41053.AH.01.01. Year 2013 29 July 2013 and has been registered in the Company Register in accordance with Law 40/2007 with No. AHU0072611.AH.01.09. Year 2013 dated July 29, 2013.

The Deed of Establishment was approved by the Minister of Law and Human Rights of the Republic of Indonesia with Decree No. AHU-41053.AH.01.01. Year 2013 dated July 29, 2013 and has been announced in the State Gazette of the Republic of Indonesia Number 76 dated September 20, 2013, Supplement Number 114413. The Company’s Articles of Association have been amended several times with the latest amendment by Notary Deed No. 2 dated July 26, 2019 from Amelya Rasman, S.H., M.Kn. in connection with the change of Commissioners and Directors of the Company. This change was approved by the Minister of Law and Human Rights of the Republic of Indonesia in Decree No. AHU-AH.01.03-0308110 dated August 2, 2019

Purpose and Objectives

The purpose and objectives of the Company’s Subsidiaries based on Article 3 of the Articles of Association are to do business in the Industrial sector. To achieve these aims and objectives, the Company’s Subsidiaries carry out the following business activities:

- Non Woven Industry
- Tissue Paper Industry.



PROFIL PERUSAHAAN
COMPANY PROFILE

PT UNICHARM TRADING INDONESIA (UCIT)

PT UNICHARM TRADING INDONESIA (UCIT)

Entitas Anak Perseroan secara hukum didirikan di bawah hukum Indonesia dengan nama “PT Unicharm Trading Indonesia”, berdomisili di Karawang, berdasarkan Akta Pendirian Perseroan Terbatas No. 126 tanggal 28 Mei 2021 yang dibuat di hadapan Charles Hermawan, SH, Notaris di Tangerang, yang telah mendapat pengesahan dari Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia melalui Keputusan No. AHU-0035012.AH.01.01. Tahun 2021 tertanggal 31 Mei 2021 dan telah terdaftar dalam Daftar Perusahaan sesuai dengan UU 40/2007 dengan AHU-0095456.AH.01.11. tahun 2021 tanggal 31 Mei 2021.

Maksud dan Tujuan

Maksud dan tujuan dari Entitas Anak Perseroan berdasarkan Pasal 3x Anggaran Dasar adalah untuk berusaha dalam bidang Industri :

1. Perdagangan Besar Hasil Kehutanan dan Perburuan
2. Perdagangan Besar Makanan dan Minuman Lainnya
3. Perdagangan Besar Tekstil
4. Perdagangan Besar Barang Lainnya dari Tekstil
5. Perdagangan Besar Peralatan dan Perlengkapan Rumah Tangga
6. Perdagangan Besar Farmasi
7. Perdagangan Besar Kosmetik
8. Perdagangan Besar Berbagai Barang dan Perlengkapan Rumah Tangga Lainnya Yang Tidak Diklasifikasikan Di Tempat Lain
9. Perdagangan Besar Kertas dan Karton
10. Perdagangan Eceran Perlengkapan Rumah Tangga dari Tekstil
11. Perdagangan Eceran Perlengkapan Pengendara Kendaraan Bermotor
12. Perdagangan Eceran Pakan Ternak/Unggas/Ikan dan Hewan Piaraan.

The Company’s Subsidiary was legally established under Indonesian law under the name “PT Unicharm Trading Indonesia”, domiciled in Karawang, based on the Deed of Establishment of a Limited Liability Company No. 126 dated May 28, 2021 made before Charles Hermawan, SH, Notary in Tangerang, which has been approved by the Minister of Law and Human Rights of the Republic of Indonesia through Decree No. AHU-0035012.AH.01.01. Year 2021 dated May 31, 2021 and has been registered in the Company Register in accordance with Law 40/2007 with AHU-0095456.AH.01.11. Year 2021 dated May 31, 2021.

Purpose and objectives

The purpose and objectives of the Company’s Subsidiaries based on Article 3x The Articles of Association are to do business in the Industrial sector:

1. Wholesale trade in forestry products and wild game from hunting
2. Food and other Beverages Wholesale
3. Textile Wholesale Trade
4. Wholesale of Other Goods from Textiles
5. Household Appliances and Equipment Wholesale
6. Pharmaceutical Wholesale
7. Cosmetics Wholesale
8. Wholesaling of Various Other Household Goods and Equipment Not Classified Elsewhere
9. Paper and cardboard wholesale
10. Retail Trade on Household Appliances from Textiles
11. Retail trade in equipment for motorized vehicle drivers
12. Retail Trade on Livestock/Poultry/Fish Feed and Pets.

INISIATIF EKSTERNAL EXTERNAL INITIATIVES

Perseroan memiliki beberapa inisiatif eksternal dalam rangka menerapkan keberlanjutan, di antaranya sebagai berikut:

The Company has several external initiatives in order to implement sustainability, including the following:



No	Sertifikasi Certification	Tanggal Diterbitkan Date of Issued	Masa Berlaku Validity Until	Dikeluarkan Oleh Issued By
1	Sertifikasi - PT Uni-Charm Indonesia Tbk East Java Factory Meraih Sertifikasi PROPER Level "Biru" Certification - PT Uni-Charm Indonesia Tbk East Java Factory Achieved "Blue" Level PROPER Certification	1 April 2022 April 1, 2022	Juni 2023 June, 2023	Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan Republik Indonesia Ministry of Environment and Forestry of The Republic of Indonesia
2	Sertifikat ISO 9001 ISO 9001 Certificate	2015	26 November 2023 November 26, 2023	United Register of Systems/IAF United Registrar of Systems/IAF
3	Sertifikat ISO 14001 ISO 14001 Certificate	2015	18 April 2023 April 18, 2023	United Register of Systems/IAF United Registrar of Systems/IAF
4	Sertifikat ISO 13485 ISO 13485 Certificate	20 Februari 2022 February 20, 2022	19 Februari 2025 February 19, 2025	United Register of Systems/IAF United Registrar of Systems/IAF



PROFIL PERUSAHAAN
COMPANY PROFILE



No	Sertifikasi Certification	Tanggal Diterbitkan Date of Issued	Masa Berlaku Validity Until	Dikeluarkan Oleh Issued By
5	Sertifikat Halal Halal Certificate	22 Oktober 2021 October 22, 2021	22 Oktober 2025 October 22, 2025	Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal Halal Product Assurance Organizing Body
6	Sertifikat Sistem Manajemen Keselamatan dan Kesehatan Kerja Occupational Health and Safety Management System Certificate	13 Mei 2022 May 13, 2022	12 Mei 2025 May 12, 2025	Kementerian Ketenagakerjaan Republik Indonesia Indonesian Ministry of Labour
7	Sertifikat CPAKB & CPPKRTB CPAKB & CPPKRTB Certificate	30 Desember 2020 December 30, 2020	30 Desember 2025 December 30, 2025	Kementerian Kesehatan Republik Indonesia Indonesian Ministry of Health
8	Sertifikat PEFC – Chain of Custody PEFC - Chain of Custody Certificate	13 April 2022 April 13, 2022	26 Januari 2025 January 26, 2025	PEFC Programme for the Endorsement of Forest Certification (PEFC) Programme for the Endorsement of Forest Certification

TATA KELOLA KEBERLANJUTAN

SUSTAINABILITY GOVERNANCE





KOMITMEN MENERAPKAN TATA KELOLA KEBERLANJUTAN COMMITMENT TO IMPLEMENT SUSTAINABILITY GOVERNANCE

Perseroan berkomitmen untuk membuat tata kelola yang baik sebagai bagian dari budaya Perseroan dan terus memperkuat praktik-praktik tata kelola guna mengimbangi dinamika dunia usaha, agar Perseroan tetap dapat bertanggung jawab, transparan dan berlaku adil terhadap seluruh pemangku kepentingan. Dalam mengelola keberlanjutan, Perseroan mengaplikasikan praktik-praktik *Good Corporate Governance* (GCG) terkini dengan mengacu pada prinsip-prinsip GCG (transparansi, akuntabilitas, tanggung jawab, kemandirian, kewajaran dan kesetaraan), Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, Undang-undang Republik Indonesia No. 8 Tahun 1995 tentang Pasar Modal, Pedoman Tata Kelola sesuai dengan POJK No. 21/POJK/04.2014 tentang Penerapan Pedoman Tata Kelola Perusahaan Terbuka, POJK No. 33/POJK.04/2014 tentang Direksi dan Dewan Komisaris Emiten atau Perusahaan Publik, SEOJK No. 32/SEOJK.04/2015 tanggal 17 November 2015 tentang pedoman tata kelola perusahaan terbuka dan semua peraturan dan praktik terbaik lainnya. Penerapan GCG bagi Perseroan merupakan bagian tak terpisahkan dari kegiatan operasional dan bisnis untuk memastikan pertumbuhan Perseroan yang sehat, berkualitas dan berkelanjutan. Oleh karena itu, Perseroan beserta seluruh jajaran berkomitmen untuk melaksanakan seluruh aturan dan kebijakan sebagai upaya peningkatan penerapan tata Kelola perusahaan yang baik yang tercermin melalui struktur dan mekanisme tata kelola yang dimiliki Perseroan.

The Company is committed to making good governance a part of the Company's culture and continues to strengthen governance practices to keep pace with the dynamics of the business world, so that the Company remains accountable, transparent, and acts fairly towards all stakeholders. In managing sustainability, the Company applies the latest Good Corporate Governance (GCG) practices by referring to the GCG principles (transparency, accountability, responsibility, independence, fairness and equality), Law no. 40 of 2007 concerning Limited Liability Companies, Law of the Republic of Indonesia No. 8 of 1995 concerning Capital Markets, Governance Guidelines in accordance with POJK No. 21/POJK/04.2014 concerning Implementation of Public Company Governance Guidelines, POJK No. 33/POJK.04/2014 concerning Directors and Board of Commissioners of Issuers or Public Companies, SEOJK No. 32/SEOJK.04/2015 dated 17 November 2015 concerning public company governance guidelines, and all other rules and best practices. GCG implementation for the Company is an integral part of operational and business activities to ensure the Company's healthy, quality and sustainable growth. Therefore, the Company and all staff are committed to implementing all rules and policies as an effort to increase the implementation of good corporate governance, which is reflected through the structure and mechanism of governance owned by the Company.

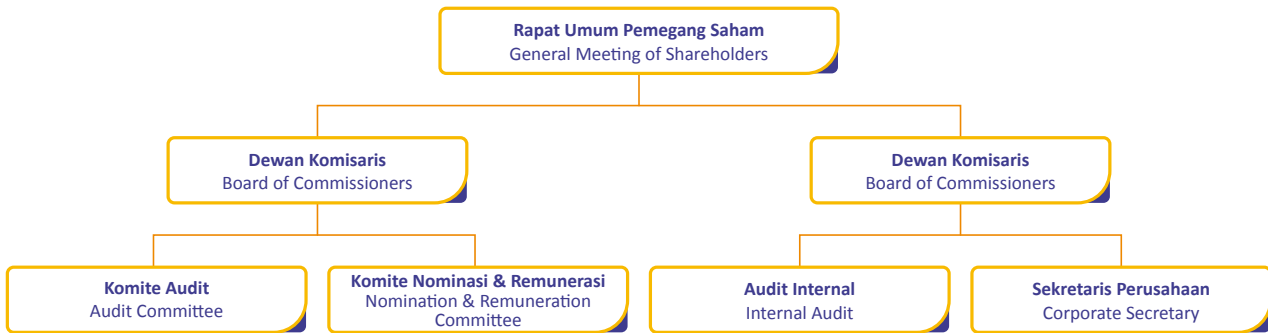
STRUKTUR TATA KELOLA KEBERLANJUTAN SUSTAINABILITY GOVERNANCE STRUCTURE

Struktur tata Kelola Perseroan terdiri dari Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS), Dewan Komisaris dan Direksi. Dalam melaksanakan tugasnya, Dewan Komisaris dan Direksi dibantu oleh organ pendukung lainnya, di mana masing-masing organ GCG Perseroan telah memiliki pemisahan fungsi, tugas dan tanggung jawab masing-masing.

The corporate governance structure consists of the General Meeting of Shareholders (GMS), the Board of Commissioners, and the Board of Directors. In carrying out their duties, the Board of Commissioners and the Board of Directors are assisted by other supporting organs, in which each of the Company's GCG organs has separate functions, duties, and responsibilities.

Berikut struktur tata kelola keberlanjutan yang dimiliki Perseroan:

The following is the structure of sustainability governance owned by the Company:



UNIT PENANGGUNG JAWAB [E.1] RESPONSIBLE UNIT

Direksi bertanggung jawab dalam pengawasan, pengelolaan dan pemantauan isu-isu terkait Lingkungan, Sosial dan Tata Kelola (LST) yang material. Pelaporan atas kinerja, isu-isu dan perkembangan terbaru termasuk pengambilan keputusan terkait aspek LST yang berkelanjutan dilakukan pada rapat Direksi.

The Board of Directors is responsible for supervising, managing, and monitoring material environmental, social, and governance (LST)-related issues. Reporting on performance, issues, and latest developments, including decision making related to sustainable ESG aspects is carried out at the Board of Directors meeting.

Hingga laporan ini dibuat, Perseroan belum memiliki unit penanggung jawab keberlanjutan. Selama ini, praktik keberlanjutan di Perseroan dijalankan oleh masing-masing divisi. Meskipun begitu, ke depannya Perseroan akan membentuk komite khusus *sustainability* yang akan bertanggung jawab dan *me-monitoring* praktik keberlanjutan di Perseroan.

Until this report was made, the Company did not yet have a unit responsible for sustainability. So far, sustainability practices in the Company have been carried out by each division. Even so, in the future, the Company will form a special sustainability committee that will be responsible for and monitor sustainability practices within the Company.

TUGAS DAN TANGGUNG JAWAB TATA KELOLA KEBERLANJUTAN DUTIES AND RESPONSIBILITIES OF SUSTAINABILITY GOVERNANCE

RAPAT UMUM PEMEGANG SAHAM GENERAL MEETING OF SHAREHOLDERS

Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) merupakan organ tertinggi dalam struktur tata kelola Perseroan. Setiap tahunnya, seluruh bentuk pertanggung jawaban kinerja Dewan Komisaris dan Direksi dilaporkan kepada para Pemegang Saham melalui RUPS Tahunan. Dari laporan pertanggung jawaban tersebut, para Pemegang Saham melalui RUPS dapat menggunakan hak mereka antara lain untuk menunjuk dan memberhentikan Dewan Komisaris dan Direksi Perseroan dan menentukan paket kompensasi Dewan Komisaris dan Direksi. Selain RUPS Tahunan, para Pemegang Saham juga dapat menyelenggarakan RUPS Luar Biasa yang dilakukan sesuai kebutuhan.

The General Meeting of Shareholders (GMS) is the highest organ in the corporate governance structure. Every year, all forms of accountability for the performance of the Board of Commissioners and Directors are reported to the Shareholders through the Annual GMS. From the accountability report, Shareholders through the GMS can exercise their rights, among others, to appoint and dismiss the Board of Commissioners and Directors of the Company and determine the compensation package for the Board of Commissioners and Directors. In addition to the Annual GMS, Shareholders can also hold Extraordinary GMS which are conducted as needed.



TATA KELOLA KEBERLANJUTAN SUSTAINABILITY GOVERNANCE

Pada tahun 2022, Perseroan telah menyelenggarakan RUPS Tahunan sebanyak 1 (satu) kali pada tanggal 28 Juli 2022.

Terkait pelaksanaan kinerja keberlanjutan, kami mendapatkan arahan dari para Pemegang Saham untuk menerapkan prinsip pembangunan berkelanjutan dalam pelaksanaan seluruh aktivitas bisnis dan operasional yang kami jalankan. Dengan demikian, sejalan dengan upaya meningkatkan pertumbuhannya, kami juga ikut meningkatkan pembangunan ekonomi, menciptakan mata pencaharian dan meningkatkan taraf hidup masyarakat, selain mengelola sumber daya lingkungan dengan penuh tanggung jawab agar generasi mendatang mampu memenuhi sendiri kebutuhan mereka akan sumber daya.

Sebagai bentuk pertanggungjawaban kami atas pelaksanaan kinerja keberlanjutan kepada para pemangku kepentingan, termasuk di antaranya para Pemegang Saham, kami setiap tahunnya melaporkan Laporan Keberlanjutan yang memuat informasi tentang identifikasi, perencanaan program, pelaksanaan, pemantauan, dan evaluasi capaian target-target keberlanjutan.

DEWAN KOMISARIS BOARD OF COMMISSIONERS

Dewan Komisaris merupakan organ yang memiliki tugas dan tanggung jawab dalam melakukan pengawasan serta memberikan nasihat kepada Direksi dalam mengelola Perseroan. Dewan Komisaris memiliki Pedoman Kerja Dewan Komisaris yang berisi aturan mengenai pengangkatan dan pemberhentian; struktur dan persyaratan keanggotaan; tugas, tanggung jawab dan wewenang; remunerasi; waktu kerja; masa jabatan; rapat, pelaporan dan rencana kerja; dan pedoman perilaku etika Dewan Komisaris.

Dewan Komisaris telah mengatur pembagian tugas dan tanggung jawabnya, sebagaimana yang diatur dalam Anggaran Dasar Perseroan, dengan uraian sebagai berikut:

1. Tugas dan Tanggung Jawab Komisaris Utama

Komisaris Utama Perseroan bertugas dan bertanggung jawab untuk mengkoordinasikan Dewan Komisaris dalam:

- Melakukan pengawasan terhadap kebijakan pengurusan, jalannya pengurusan pada umumnya naik mengenai Perseroan maupun usaha Perseroan yang dilakukan oleh Direksi termasuk pengawasan terdapat pelaksanaan rencana kerja jangka panjang Perseroan, rencana kerja dan anggaran Perseroan serta ketentuan Anggaran Dasar dan Keputusan RUPS serta peraturan perundang-undangan, untuk kepentingan Perseroan dan sesuai maksud dan tujuan Perseroan.
- Memberikan nasihat kepada Direksi dalam melaksanakan pengurusan Perseroan.
- Memberikan laporan tentang tugas pengawasan yang telah dilakukan selama tahun buku yang baru lampau kepada RUPS.
- Melaksanakan kewajiban lainnya dalam rangka tugas pengawasan dan pemberian nasihat, sepanjang tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, Anggaran Dasar dan/atau keputusan RUPS.

The Company conducted 1 (one) Annual GMS on July 28, 2022.

In terms of implementing sustainability performance, we follow shareholder directives to include the concepts of sustainable development into all of our commercial and operational endeavors. Thus, in line with working to increase its growth, we also contribute to raising economic development, generating employment opportunities, and raising people's living standards, in addition to managing environmental resources in a responsible manner to ensure that future generations can meet their own resource needs.

As a form of our responsibility for the implementation of sustainability performance to stakeholders, including among others Shareholders, we annually report a Sustainability Report that includes details on the identification, program planning, implementation, monitoring, and evaluation of the achievements of sustainability targets.

The Board of Commissioners is an organ that has duties and responsibilities in supervising and providing advice to the Directors in managing the Company. The Board of Commissioners has a Board of Commissioners Work Manual, which contains rules regarding appointments and dismissals; membership structure and membership requirements; duties, responsibilities, and authorities; remuneration; working time; length of service; meetings, reports, and work plans; and the ethical code of conduct for the Board of Commissioners.

The Board of Commissioners has regulated the distribution of duties and responsibilities, as stipulated in the Company's Articles of Association, with the following description:

1. Duties and Responsibilities of the Main Commissioner

The President Commissioner of the Company is in charge and responsible for coordinating the Board of Commissioners in:

- Supervise management policies, the course of management in general regarding the Company and the Company's business carried out by the Board of Directors including supervising the implementation of the Company's long-term work plan, the Company's work plan and budget, as well as the provisions of the Articles of Association and GMS Decisions and laws and regulations, for the benefit of the Company and in accordance with the purposes and objectives of the Company.
- Provide advice to the Board of Directors in carrying out the management of the Company.
- Provide a report on supervisory duties that have been carried out during the recent financial year to the GMS.
- Carry out other obligations in the context of supervisory and advisory duties, as long as they do not conflict with laws and regulations, the Articles of Association and/or GMS decisions.

2. Tugas dan Tanggung Jawab Komisaris Lain

Tugas dan tanggung jawab Komisaris lainnya antara lain:

- a. Mengusulkan kepada RUPS penunjukan Akuntan Publik yang akan melakukan pemeriksaan atas buku Perseroan.
- b. Melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan Rencana Jangka Panjang Perseroan, Rencana Kerja dan Anggaran Perseroan serta ketentuan Anggaran Dasar ini dan Keputusan RUPS, serta peraturan perundang-undangan, untuk kepentingan Perseroan dan sesuai dengan maksud dan tujuan Perseroan.
- c. Meneliti dan menelaah laporan berkala dan laporan tahunan yang disiapkan Direksi.
- d. Menyusun program kerja Dewan Komisaris yang menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari Rencana Kerja dan Anggaran Tahunan Perusahaan yang disusun oleh Direksi.
- e. Melaksanakan kewajiban lainnya dalam rangka tugas pengawasan dan pemberian nasihat, sepanjang tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, Anggaran Dasar ini, dan/atau keputusan RUPS.

Dalam menjalankan tugas dan tanggung jawabnya sebagai pengawas pelaksanaan kinerja keberlanjutan, Dewan Komisaris dibantu oleh Komite Audit yang bertugas untuk memastikan efektivitas dan efisiensi sistem manajemen risiko dan pengendalian internal.

Pembahasan lebih mendalam mengenai keanggotaan dan pelaksanaan kinerja Dewan Komisaris dan Komite Audit Perseroan selama tahun 2022 dapat dilihat pada Bab Profil Perusahaan dan Tata Kelola Perusahaan dalam Laporan Tahunan PT Uni-Charm Indonesia Tbk tahun 2022.

DIREKSI

BOARD OF DIRECTOR

Direksi merupakan organ yang memiliki tugas dan tanggung jawab untuk melakukan pengelolaan Perseroan, termasuk dalam hal pelaksanaan pengelolaan kinerja keberlanjutan untuk mendorong terwujudnya pembangunan berkelanjutan. Dalam menjalankan tugas dan tanggung jawabnya, Direksi memiliki Piagam Direksi yang berisi aturan mengenai pengangkatan dan pemberhentian; struktur dan persyaratan keanggotaan; tugas, tanggung jawab dan wewenang; remunerasi; waktu kerja; masa jabatan; rapat, pelaporan dan rencana kerja; dan pedoman perilaku etika Direksi.

Setiap anggota Direksi menjalankan tugas dan tanggung jawabnya masing-masing, dengan uraian sebagai berikut:

1. Direksi bertugas untuk mengelola Perseroan sesuai dengan Maksud dan Tujuan Perseroan;
2. Direksi bertugas untuk mengadakan RUPST dan RUPS lainnya sebagaimana diatur dalam Anggaran Dasar dan peraturan yang berlaku;

2. Duties and Responsibilities of the Main Commissioner

Other duties and responsibilities of the Commissioners include:

- a. Propose to the GMS the appointment of a Public Accountant who will conduct an audit of the Company's books.
- b. Supervise the implementation of the Company's long-term Term Plan, the Company's Work Plan and Budget as well as the provisions of this Articles of Association and the GMS Decision, as well as laws and regulations, for the benefit of the Company and in accordance with the aims and objectives of the Company.
- c. Examining and reviewing periodic reports and annual reports prepared by the Board of Directors.
- d. Develop a work program for the Board of Commissioners that is an integral part of the Company's Annual Work Plan and Budget prepared by the Board of Directors.
- e. Carry out other obligations in the context of supervisory and advisory duties, as long as they do not conflict with laws and regulations, this Articles of Association, and/or GMS decisions.

In carrying out its duties and responsibilities as supervisor of sustainability performance implementation, the Board of Commissioners is assisted by the Audit Committee whose duty is to ensure the effectiveness and efficiency of the risk management system and internal control.

A more in-depth discussion regarding the membership and implementation of the performance of the Company's Board of Commissioners and Audit Committee during 2022 can be seen in the Company Profile and Corporate Governance chapter in PT Uni-Charm Indonesia Tbk's 2022 Annual Report.

The Board of Directors is an organ that has the duties and responsibilities to carry out the management of the Company, including in terms of implementing sustainable performance management to encourage the realization of sustainable development. In carrying out its duties and responsibilities, the Board of Directors has a Board of Directors Charter which contains rules regarding appointments and dismissals; membership structure and requirements; duties, responsibilities and authorities; remuneration; working time; length of service; meetings, reports, and work plans; and the ethical code of conduct for the Board of Directors.

Members of the Board of Directors carry out their respective duties and responsibilities, with the following description:

1. The Board of Directors is in charge of managing the Company in accordance with the Purpose and Objectives of the Company;
2. The Board of Directors has the duty to convene AGMS and other GMS as stipulated in the Articles of Association and applicable regulations;



TATA KELOLA KEBERLANJUTAN
SUSTAINABILITY GOVERNANCE

3. Direksi bertugas untuk:
 - a. Menyusun dan mengamankan daftar pemegang saham, daftar khusus, risalah RUPS, dan risalah rapat Direksi;
 - b. Menyusun laporan tahunan dan dokumen keuangan Perseroan; dan
 - c. Mengamankan daftar, berita acara, dan dokumen keuangan Perseroan.
 4. Anggota Direksi wajib menginformasikan kepada Perseroan mengenai kepemilikan saham Perseroan atau Perseroan lain yang dimiliki anggota Direksi dan keluarganya, dan memasukkannya ke dalam daftar pemegang saham khusus.
 5. Direksi wajib meminta persetujuan RUPS untuk:
 - a. Melakukan pemindahan aset Perseroan; atau
 - b. Melakukan pengamanan aset Perseroan, yang berjumlah lebih dari 50% dari total aset bersih Perseroan dalam 1 transaksi atau lebih, baik yang terpisah maupun yang saling terkait.
 6. Transaksi yang dimaksud pada ayat (5) huruf a) merupakan pemindahan aset bersih Perseroan yang terjadi dalam periode 1 tahun akuntansi atau lebih sebagaimana diatur dalam Anggaran Dasar Perseroan;
 7. Ketentuan yang dimaksud pada ayat (5) tidak berlaku untuk tindakan pemindahan atau pengamanan aset Perseroan yang dilakukan Direksi sebagai eksekutor aktivitas operasional Perseroan sebagaimana diatur dalam Anggaran Dasar Perseroan;
 8. Direksi wajib menilai kinerja komite di bawah Direksi setiapakhir tahun keuangan.
 9. Direksi wajib mewakili Perseroan, baik di dalam atau di luar pengadilan;
 10. Direksi berhak mengambil tindakan hukum untuk memindahkan, melepaskan hak atau membuat jaminan hutang yang berjumlah lebih dari 50% dari aset bersih Perseroan dalam 1 tahun keuangan dalam satu transaksi maupun beberapa transaksi yang terkait maupun terpisah. Setiap transaksi harus mendapatkan persetujuan RUPS yang dihadiri atau diwakili oleh pemegang saham yang memiliki setidaknya . dari jumlah total saham dengan hak suara yang sah dan disetujui oleh setidaknya . dari jumlah total suara yang diberikan secara sah pada RUPS;
 11. Presiden Direktur berhak mengambil tindakan atas nama Direksi dan mewakili Perseroan. Jika Presiden Direktur tidak hadir karena alasan apa pun, yang tidak perlu dibuktikan kepada pihak ketiga, maka anggota Direksi lainnya berhak untuk mengambil tindakan atas nama Direksi dan mewakili Perseroan;
 12. Jika dalam suatu masalah atau transaksi, Perseroan memiliki kepentingan yang bertentangan dengan kepentingan semua anggota Direksi, Perseroan diwakili dalam transaksi oleh Dewan Komisaris;
 13. Direksi berhak untuk mengambil tindakan tertentu, menunjuk satu atau lebih kuasa hukum, sesuai dengan ketentuan yang ditentukan oleh Direksi dalam surat kuasa khusus. Surat kuasa tersebut harus dilaksanakan sesuai dengan ketentuan Anggaran Dasar dan peraturan yang berlaku;
 14. Direksi dapat membentuk komite-komite untuk membantu implementasi tugas dan tanggung jawabnya.
3. The Board of Directors is in charge of:
 - a. Compile and secure the register of shareholders, special list, minutes of GMS, and minutes of Board of Directors meetings;
 - b. Prepare annual reports and financial documents Company; And
 - c. Securing lists, minutes, and documents Company finances.
 4. Members of the Board of Directors must inform the Company regarding the ownership of shares of the Company or other companies owned by members of the Board of Directors and their families, and include them in the special register of shareholders.
 5. The Board of Directors must seek approval from the GMS for:
 - a. Carry out the transfer of the Company's assets; or
 - b. Safeguard the Company's assets, which amount to more than 50% of the Company's total net assets in 1 or more transactions, both separate and interrelated.
 6. The transaction referred to in paragraph (5.) letter a.) is a transfer of the Company's net assets that occur within a period of 1 accounting year or more as stipulated in the Company's Articles of Association;
 7. The provisions referred to in paragraph (5.) do not apply to the act of transferring or securing the Company's assets carried out by the Board of Directors as the executor of the Company's operational activities as stipulated in the Company's Articles of Association;
 8. The Board of Directors must evaluate the performance of the committees under the Board of Directors at the end of each financial year.
 9. The Board of Directors must represent the Company, either inside or outside the court;
 10. The Board of Directors has the right to take legal action to transfer, release rights or make debt guarantees amounting to more than 50% of the Company's net assets in 1 financial year in one transaction or several related or separate transactions. Each transaction must obtain the approval of a GMS attended or represented by shareholders who have at least . of the total number of shares with valid voting rights and approved by at least . of the total number of votes legally cast at the GMS;
 11. The President Director has the right to take action on behalf of the Board of Directors and represent the Company. If the President Director is absent for any reason, which does not need to be proven to a third party, then other members of the Board of Directors have the right to take action on behalf of the Board of Directors and represent the Company;
 12. If in a problem or transaction, the Company has interests that conflict with the interests of all members of the Board of Directors, the Company is represented in the transaction by the Board of Commissioners;
 13. The Board of Directors has the right to take certain actions, appoint one or more attorneys, in accordance with the provisions determined by the Board of Directors in a special power of attorney. The power of attorney must be carried out in accordance with the provisions of the Articles of Association and applicable regulations;
 14. The Board of Directors can form committees to assist the implementation of their duties and responsibilities.



Pembahasan lebih mendalam mengenai keanggotaan dan pelaksanaan kinerja Direksi Perseroan selama tahun 2022 dapat dilihat pada Bab Profil Perusahaan dan Tata Kelola Perusahaan dalam Laporan Tahunan PT Uni-Charm Indonesia Tbk tahun 2022.

A more in-depth discussion regarding the membership and implementation of the performance of the Company's Board of Directors during 2022 can be seen in the Company Profile and Corporate Governance chapter in PT Uni-Charm Indonesia Tbk's 2022 Annual Report.

Perseroan membentuk Unit Internal Audit yang bertugas untuk
AUDIT INTERNAL
 INTERNAL AUDIT

The Company established an Internal Audit Unit whose job

melakukan pengujian obyektif atas bukti-bukti dengan tujuan untuk memberikan penilaian yang independen kepada Direksi dan Dewan Komisaris melalui Komite Audit, Manajemen, dan pihak-pihak terkait lainnya mengenai kecukupan dan efektivitas proses tata kelola, manajemen risiko, dan pengendalian di Perseroan. Pelaksanaan tugas Internal Audit dilakukan berdasarkan Piagam Internal Audit yang dikeluarkan oleh Perseroan. Kegiatan Internal Audit didasarkan pada rencana audit berbasis risiko yang telah disetujui oleh Direktur Utama dan Komite Audit.

is to carry out objective testing of evidence with the aim of providing an independent assessment to the Board of Directors and Board of Commissioners through the Audit Committee, Management and other related parties regarding the adequacy and effectiveness of governance processes, risk management, and control in the Company. The implementation of Internal Audit duties is carried out based on the Internal Audit Charter issued by the Company. Internal Audit activities are based on a risk-based audit plan that has been approved by the President Director and the Audit Committee.

Audit Internal dikepalai oleh Ketua Audit Internal yang bertanggung jawab dan melapor secara administratif langsung kepada Direktur Utama dan secara fungsional kepada Dewan Komisaris melalui Komite Audit.

Internal Audit is headed by the Head of Internal Audit who is responsible and reports administratively directly to the President Director and functionally to the Board of Commissioners through the Audit Committee.

Pembahasan lebih mendalam mengenai Internal Audit dapat dilihat pada Bab Tata Kelola Perusahaan dalam Laporan Tahunan PT Uni-Charm Indonesia Tbk tahun 2022.

A more in-depth discussion of Internal Audit can be seen in the Corporate Governance Chapter in PT Uni-Charm Indonesia Tbk's 2022 Annual Report.

Dalam upaya mendukung tercapainya pembangunan berkelanjutan melalui pelaksanaan program-program Keberlanjutan yang telah direncanakan oleh Perseroan, Perseroan

In an effort to support the achievement of sustainable development through the implementation of sustainability Programs that have been planned by the Company, the Company

UNIT KERJA PELAKSANAAN KINERJA KEBERLANJUTAN
 SUSTAINABILITY PERFORMANCE IMPLEMENTATION WORK UNIT

No	Uraian Description	Divisi/Unit Kerja Division/Work Unit
1	Divisi/Departemen yang bertanggung jawab atas implementasi GCG Division/Department responsible for GCG implementation	Corporate Planning
2	Divisi/Departemen yang bertanggung jawab atas audit internal Division/Department responsible for internal auditing	Internal Audit
3	Divisi/Departemen yang bertanggung jawab atas manajemen risiko Division/Department responsible for risk management	Internal Audit
4	Divisi/Departemen yang bertanggung jawab atas pengelolaan SDM/HR Division/Department responsible for HR management	HRGA
5	Divisi/Departemen yang bertanggung jawab atas masalah K3 Division/Department responsible for K3 issues	Factory Safety Team



TATA KELOLA KEBERLANJUTAN
SUSTAINABILITY GOVERNANCE

No	Uraian Description	Divisi/Unit Kerja Division/Work Unit
6	Divisi/Departemen yang bertanggung jawab atas masalah Manajemen Lingkungan (termasuk di dalamnya penggunaan produk ramah lingkungan, pemantauan penggunaan energi dan air; pemantauan jumlah emisi; pengelolaan limbah) Division/Department responsible for Environmental Management issues (including the use of environmentally friendly products, energy and water usage monitoring; amount of emissions monitoring; waste management)	ESG QC&QMS
7	Divisi/Departemen yang bertanggung jawab atas masalah Pengadaan Division/Department responsible for Procurement issues	Procurement
8	Divisi/Departemen yang bertanggung jawab atas masalah Kepatuhan terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku (termasuk Anti Korupsi) Division/Department responsible for Compliance issues with applicable laws and regulations (including Anti-Corruption)	Legal
9	Divisi yang bertanggung jawab atas pengelolaan Keuangan Division responsible for Financial management	Finance, Accounting & Tax
10	Divisi yang bertanggung jawab atas jaminan mutu produk/jasa Division responsible for product/service quality assurance	QC&QMS
11	Divisi yang bertanggung jawab atas isu Pemasaran/Hubungan Pelanggan/Konsumen/ Penyediaan informasi produk dan jasa kepada Pelanggan/Konsumen Division responsible for Marketing/Customer Relations/Consumer/Provision of product and service information to Customers/Consumers	Customer Service
12	Divisi yang bertanggung jawab atas pelaksanaan kegiatan CSR Division responsible for the implementation of CSR activities	Corporate Plan

PROGRAM PELATIHAN DAN PENGEMBANGAN KOMPETENSI BERKELANJUTAN [E.2]

SUSTAINABLE COMPETENCE TRAINING AND DEVELOPMENT PROGRAM

secara aktif memberikan program-program pengembangan kompetensi terhadap badan tata kelola keberlanjutan Perseroan. Adapun daftar program pengembangan kompetensi yang diberikan kepada Dewan Komisaris, Direksi, Komite Audit, dan Unit Audit Internal selama tahun 2022 dapat dilihat pada Bab Tata Kelola Perusahaan dalam Laporan Tahunan PT Uni-Charm Indonesia Tbk tahun 2022.

actively provides competency development programs for the Company's sustainability governance body. The list of competency development programs provided to the Board of Commissioners, Directors, Audit Committee, and Internal Audit Unit during 2022 can be seen in the Corporate Governance Chapter in PT Uni-Charm Indonesia Tbk's 2022 Annual Report.

Perseroan ingin memastikan kesinambungan pertumbuhan bisnis melalui pengelolaan risiko secara proaktif, berfokus pada

The company wants to ensure the continuity of business growth through proactive, focused risk management on the most

MANAJEMEN RISIKO [E.3]

RISK MANAGEMENT

risiko yang terpenting dan dilakukan secara terkoordinasi dan terintegrasi. Perseroan menerapkan manajemen risiko sebagai upaya untuk mengelola semua risiko secara efektif dan efisien. Melalui manajemen risiko, kami dapat meminimalkan dampak kegiatan usaha Perseroan pada lingkungan dan masyarakat. Sebaliknya, kami juga berupaya meningkatkan kinerja sosial dan lingkungan untuk memberikan dampak positif bagi lingkungan dan masyarakat. Direksi bertanggung jawab untuk

important risks and carried out in a coordinated and integrated manner. The Company implements risk management as an effort to manage all risks effectively and efficiently. Through risk management, we can minimize the impact of the Company's business activities on the environment and society. On the other hand, we also strive to improve social and environmental performance to have a positive impact on the environment and society. The Board of Directors is responsible for identifying,

mengidentifikasi, mengevaluasi dan memantau eksposur risiko Perseroan dan memastikan bahwa potensi risiko dimitigasi secara efektif. *Chief Financial Officer* kemudian memimpin tanggung jawab ini. Direksi melakukan penilaian berkala dan menyeluruh atas sistem manajemen risiko yang meliputi risiko utama, risiko usaha, risiko umum dan risiko investasi bagi pemegang saham Perseroan yang dapat memiliki dampak material terhadap Perseroan; tingkat risiko yang dapat diterima Perseroan dalam meraih tujuan strategis; kecukupan dan efektivitas pengendalian internal dalam mengelola risiko; dan efektivitas tindakan yang diambil untuk memitigasi risiko.

Prosedur untuk menilai sistem manajemen risiko adalah sebagai berikut:

1. Identifikasi risiko;
2. Penilaian/analisis dampak risiko;
3. Kuantifikasi dampak risiko; dan
4. Metode manajemen risiko.

Pengawasan atas sistem manajemen risiko dilakukan oleh Unit Audit Internal bekerja sama dengan Komite

MENGIDENTIFIKASI RISIKO [E.3]

RISK IDENTIFICATION

Audit. Komite Audit membantu Dewan Komisaris dalam pelaksanaan fungsi pengawasan atas penerapan GCG. Informasi rinci mengenai manajemen risiko dapat ditemui di segmen "Tata Kelola Perusahaan" dalam Laporan Tahunan PT Uni-Charm Indonesia Tbk. 2022.

Evaluasi efektivitas penerapan manajemen risiko dilakukan oleh Unit Audit Internal. Evaluasi dilakukan dengan menelaah

EVALUASI PENGELOLAAN RISIKO PERSEROAN

COMPANY RISK MANAGEMENT EVALUATION

pelaksanaan SOP/kebijakan yang mengatur aktivitas terkait. SOP/kebijakan akan terus dikembangkan dan/atau dilakukan penyesuaian agar dampak terhadap risiko dapat seminimal mungkin. Sepanjang tahun 2022, Unit Audit Internal menilai risiko-risiko yang dihadapi Perseroan (baik secara individu maupun konsolidasi/terintegrasi) dapat dikelola dengan baik sehingga dapat mendukung pengembangan bisnis lebih lanjut. Dengan kata lain, Manajemen Risiko telah diterapkan oleh Perseroan dengan baik dan efektif.

evaluating, and monitoring the Company's risk exposure and ensuring that potential risks are mitigated effectively. The Chief Financial Officer then leads this responsibility. The Board of Directors conducts regular and comprehensive assessments of the risk management system, which includes major risks, business risks, general risks and investment risks for the Company's shareholders which could have a material impact on the Company; the level of risk that is acceptable to the Company in achieving strategic goals; the adequacy and effectiveness of internal control in managing risk; and the effectiveness of that action taken to mitigate the risk.

The procedure for assessing the risk management system is as follows:

3. Risk identification;
4. Risk impact assessment/analysis;
5. Quantification of risk impact; And
6. Risk management methods.

Risk management system supervision is carried out by the Internal Audit Unit in collaboration with the Audit

Committee. The Audit Committee assists the Board of Commissioners in carrying out the supervision function of GCG implementation. Detailed information on risk management can be found in the "Corporate Governance" section of PT Uni-Charm Indonesia Tbk's Annual Report. 2022.

Evaluation of the effectiveness of risk management implementation is carried out by the Internal Audit Unit.

Evaluation is carried out by examining the implementation of SOPs/policies governing related activities. SOPs/policies will continue to be developed and/or adjusted so that the impact on risk can be minimized. Throughout 2022, the Internal Audit Unit will assess whether the risks faced by the Company (both individually and consolidated/integrated) can be managed properly so that they can support further business development. In other words, Risk Management has been properly and effectively implemented by the Company.



KODE ETIK

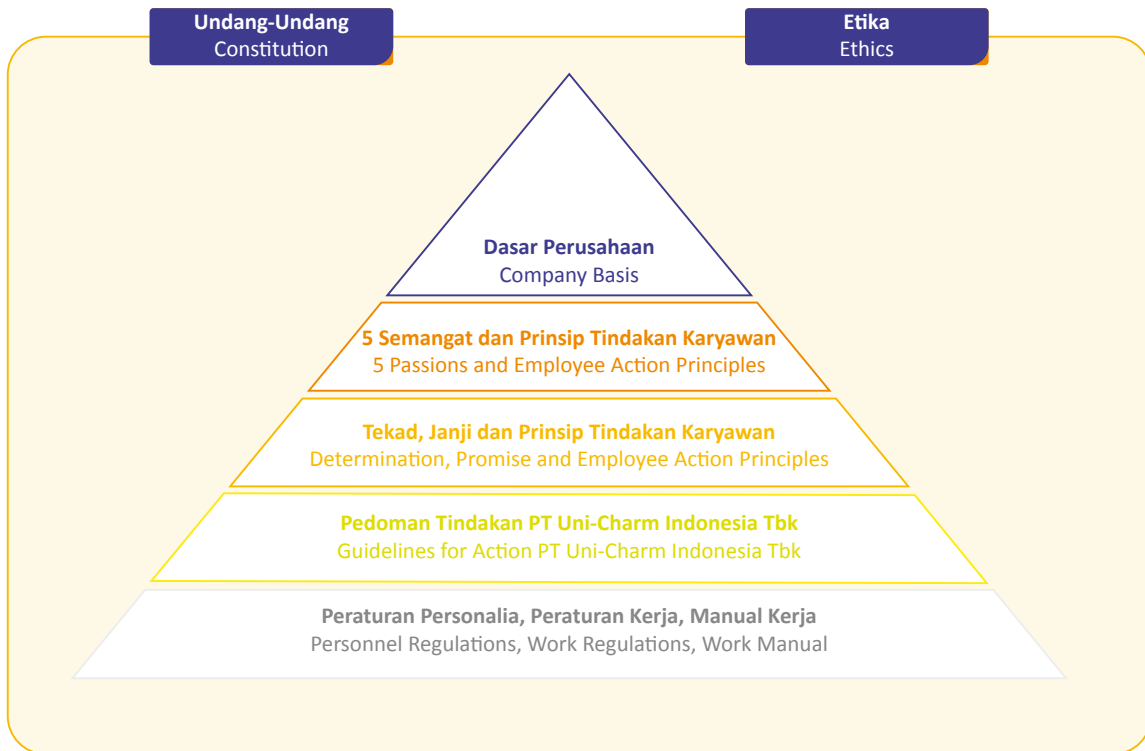
CODE OF ETHICS

Dalam menerapkan kode etik untuk membentuk budaya Perseroan yang profesional, berintegritas dan patuh pada peraturan, Perseroan menyusun sebuah struktur filosofis.

In implementing a code of ethics to form a corporate culture that is professional, has integrity, and complies with regulations, the Company has developed a philosophical structure.

Berikut ini adalah struktur filosofis Perseroan:

The following is the philosophical structure of the Company:



Prinsip Pedoman Bisnis Perseroan memberikan panduan tentang interaksi Perseroan dengan lingkungannya, baik secara internal maupun eksternal, yang mencakup:

1. Kepatuhan terhadap peraturan perundangundangan;
2. Hubungan dengan pemegang saham;
3. Hubungan dengan konsumen;
4. Hubungan dengan mitra bisnis;
5. Kerahasiaan informasi;
6. Keberlanjutan Perseroan;
7. Kesehatan dan keselamatan kerja;
8. Integritas Bisnis; dan
9. Perlakuan yang adil.

The Company's Business Guiding Principles provide guidance on the Company's interactions with its environment, both internally and externally, which include:

1. Compliance with laws and regulations;
2. Relations with shareholders;
3. Relations with consumers;
4. Relations with business partners;
5. Confidentiality of information;
6. Company Sustainability;
7. Occupational health and safety;
8. Business Integrity; And
9. Fair treatment.

Kebijakan Pedoman Perseroan merupakan sistem nilai yang dijunjung tinggi oleh semua karyawan Perseroan. Pedoman tersebut mengatur perbuatan, perilaku dan hubungan antarpihak di dalam Perseroan, yang mencakup:

1. Kepatuhan terhadap kebijakan/aturan internal Perseroan serta peraturan perundang-undangan yang berlaku;
2. Lingkungan kerja yang kondusif dan budaya kerja yang positif;

The Company's Code of Conduct is a value system that is upheld by all of the Company's employees. The guidelines regulate actions, behavior and relationships between parties within the Company, which include:

1. Compliance with the Company's internal policies/rules and applicable laws and regulations;
2. Conducive work environment and positive work culture;



- | | |
|--|---|
| <ol style="list-style-type: none"> 3. Pelaksanaan kewenangan secara bertanggung jawab untuk kepentingan Perseroan; 4. Perlindungan Informasi rahasia Perseroan; 5. Pendekatan yang bertanggung jawab terkait dengan hubungan atasan-bawahan di Perseroan; dan 6. Pendekatan yang bertanggung jawab terkait dengan hubungan di antara karyawan. | <ol style="list-style-type: none"> 3. Responsible exercise of authority for the benefit of the company; 4. Protection of the Company’s confidential information; 5. A responsible approach related to superior-subordinate relationships in the Company; And 6. A responsible approach to relations among employees |
|--|---|

HUBUNGAN DENGAN PEMANGKU KEPENTINGAN [E.4] RELATIONSHIP WITH STAKEHOLDERS

Perseroan melihat bahwa pemangku kepentingan merupakan salah satu tolak ukur penentu keberhasilan Perseroan dalam menjalankan praktik bisnis secara berkelanjutan. Perseroan pun senantiasa berupaya menjalin komunikasi dan membangun hubungan yang harmonis dengan para pemangku kepentingan melalui berbagai macam pendekatan.

The Company sees that stakeholders are one of the benchmarks determining the success of the Company in carrying out sustainable business practices. The Company also always strives to establish communication and build harmonious relationships with stakeholders through various approaches.

Perseroan telah mengidentifikasi kelompok pemangku kepentingan meliputi pemegang saham, pemerintah, karyawan, mitra kerja, asosiasi, dan masyarakat/komunitas di sekitar operasional. Untuk menciptakan hubungan yang sinergis dan berkelanjutan tersebut, Perseroan melakukan beberapa pendekatan seperti yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

The Company has identified stakeholder groups, including shareholders, the government, employees, work partners, associations, and societies/communities around the operational area. To create a synergistic and sustainable relationship, the Company has taken several approaches, as shown in the table below.

Pemangku Kepentingan <i>Stakeholder</i>	Metode Pendekatan <i>Approach Method</i>
Pemegang Saham Shareholders	Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) General Meeting of Shareholders (GMS)
Pemerintah dan Regulator Terkait Government and Related Regulators	Pertemuan berkala Regular meeting
Karyawan Employees	<ul style="list-style-type: none"> • Rapat bulanan • Pendidikan dan pelatihan • Evaluasi kinerja • Monthly meeting • Education and training • Performance evaluation
Mitra Bisnis Business Partners	<ul style="list-style-type: none"> • Kontrak dan perjanjian kerja • Evaluasi dan penilaian • Work Contracts and agreements • Evaluation and assessment
Masyarakat dan Komunitas Societies and Communities	Kegiatan-kegiatan CSR secara berkala Regular CSR Activities
Asosiasi Associations	Pertemuan berkala Regular meeting
Konsumen Consumers	<ul style="list-style-type: none"> • Survei kepuasan pelanggan/Konsumen • Sarana pengaduan pelanggan/Konsumen • Customers/Consumers satisfaction survey • Customers/Consumers complaint facility



PERMASALAHAN TERHADAP PENERAPAN KEUANGAN BERKELANJUTAN [E.5]

PROBLEMS WITH THE IMPLEMENTATION OF SUSTAINABLE FINANCE

Perseroan berupaya untuk menjalankan praktik bisnis berkelanjutan melalui Laporan Keberlanjutan yang ketiga kali disusun dan dipublikasikan tahun ini. Perseroan menemukan beberapa tantangan dalam menerapkan usaha keberlanjutan dari sisi eksternal maupun internal. Pada sisi eksternal kenaikan harga material akibat kenaikan harga minyak bumi secara global menjadi tantangan utama bagi Perseroan untuk bertahan sehingga harus beradaptasi dengan strategi tertentu. Sedangkan dari sisi internal, Perseroan masih berupaya meningkatkan pengetahuan dan kompetensi karyawan terkait keberlanjutan serta memaksimalkan kegiatan-kegiatan operasional yang ramah lingkungan.

The Company strives to carry out sustainable business practices through the third Sustainability Report that has been prepared and published this year. The Company finds several challenges in implementing sustainability efforts from both the external and internal sides. On the external side, the increase in material prices caused by price increase of crude oil globally has become the primary issue for the Company's survival, thus we must adapt to a particular approach. While on the internal side, the Company is still trying to increase the knowledge and competence of employees related to sustainability and maximize environmentally friendly operational activities.

KYO-SEI LIFE VISION 2030





PENDAHULUAN

Preface



Kyo-sei Life Vision 2030

For a Diverse, Inclusive, and Sustainable World

Di Unicharm, kami berkomitmen untuk membantu menyelesaikan masalah lingkungan dan sosial saat kami bekerja sama untuk mewujudkan masyarakat yang kohesif. Dengan pemikiran tersebut, tujuan lingkungan, sosial, dan tata kelola (ESG) jangka menengah hingga jangka panjang Grup Unicharm, *Kyo-Sei Life Vision 2030*—Untuk Dunia yang Beragam, Inklusif, dan Berkelanjutan—(selanjutnya disebut sebagai *Kyo-Sei Life Vision 2030*) diumumkan pada Oktober 2020. Dalam merumuskan *Kyo-Sei Life Vision 2030*, pertama-tama kami mendefinisikan visi kami tentang masa depan yang diinginkan pada tahun 2030, berdasarkan inisiatif dan target utama yang kami tetapkan. Melalui penerapan *Kyo-Sei Life Vision 2030*, kami yakin dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan masyarakat, sambil terus mengembangkan bisnis kami.

At Unicharm, we are committed to helping resolve environmental and social issues as we work together to realize a cohesive society. With that in mind, the Unicharm Group's medium- to long-term environmental, social, and governance (ESG) goals, *Kyo-Sei Life Vision 2030*—For a Diverse, Inclusive, and Sustainable World—(hereinafter referred to as *Kyo-Sei Life Vision 2030*) was announced in October 2020. In formulating *Kyo-Sei Life Vision 2030*, we first defined our vision of the desirable future in 2030, based on which we set specific key initiatives and targets. Through the implementation of *Kyo-Sei Life Vision 2030*, we are confident that we can satisfy the needs of consumers and communities, while continuing to grow our business.



Penempatan *Kyo-Sei Life Vision 2030*

Positioning of *Kyo-Sei Life Vision 2030*

Unicharm, kami percaya bahwa *raison d'être* fundamental kami, yaitu, tujuan kami, adalah untuk membantu mencapai Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs) PBB. Untuk menggambarkan dengan lebih baik substansi tujuan ini dan untuk memajukan pencapaiannya, kami telah memecahnya menjadi tiga komponen utama: misi, visi, dan nilai kami.

At Unicharm, we believe that our fundamental *raison d'être*, that is, our purpose, is to help achieve the United Nations Sustainable Development Goals (SDGs). To better delineate the substance of this purpose and to further its accomplishment, we have broken it down into three key components: our mission, vision, and value.

“Misi” mengklarifikasi apa yang ingin kami capai. Lebih khusus lagi, misi kami adalah mewujudkan masyarakat yang kohesif, masyarakat yang secara inheren harus beragam, inklusif, dan berkelanjutan. Dalam masyarakat ini, kebebasan pribadi akan selaras dengan altruisme sosial, memungkinkan orang untuk jujur pada diri mereka sendiri dan menjalani kehidupan yang mereka pilih sendiri, sementara pada saat yang sama membantu orang lain mencapai kehidupan yang lebih baik. Di mana tujuan adalah tujuan, visi adalah sarana. “Visi” menjelaskan bagaimana kami dapat mewujudkan masyarakat yang kohesif. Dalam istilah praktis, ini adalah penerapan filosofi perusahaan kami, yang kami sebut “NOLA & DOLA” (*Necessity of Life with Activities & Dreams of Life with Activities*). Melalui “NOLA”, kami berharap dapat memberikan dukungan yang kuat, namun bijaksana, dan tidak mengganggu pikiran dan tubuh pengguna kami, membebaskan mereka dari beberapa beban hidup mereka dan memungkinkan mereka untuk lebih memfokuskan upaya mereka untuk mewujudkan impian mereka. “Nilai” adalah ambisi dan rasa tanggung jawab yang mendasari misi dan visi kami, menyatukan semuanya untuk melayani tujuan bersama. Semua karyawan Unicharm di seluruh dunia kini mendorong model manajemen standar kami, manajemen dengan resonansi. Untuk memahami dan mempromosikan tujuan kami, yang terdiri dari misi, visi, dan nilai kami, dan untuk memperjelas bagaimana mereka bekerja sama untuk mendorong tujuan tersebut, dokumen ini menjelaskan secara rinci dunia yang telah kami impikan pada tahun 2030 dan menjelaskan bagaimana kami berharap untuk mencapainya. menyoroti inisiatif dan target utama yang kami yakini akan mewujudkan *Kyo-Sei Life Vision 2030* menjadi kenyataan.

“Mission” clarifies what we want to accomplish. More specifically, our mission is to realize a cohesive society, a society that must inherently be diverse, inclusive, and sustainable. In this society, personal freedom will harmonize with social altruism, enabling people to be true to themselves and live lives of their own choosing, while at the same time helping others to achieve a better life. Where purpose is the goal, vision is the means. “Vision” elucidates how we can realize a cohesive society. In practical terms, it is the application of our corporate philosophy, which we like to call “NOLA & DOLA” (*Necessity of Life with Activities & Dreams of Life with Activities*). Through “NOLA,” we hope to provide powerful, yet discreet and unobtrusive support for the minds and bodies of our users, relieving them of some of the burdens of their lives and enabling them to better focus their efforts on making their dreams come true. “Value” is the ambition and sense of duty that underlies our mission and vision, bringing it all together to serve the common purpose. All Unicharm employees around the world are now pushing forward our standardized management model, management with resonance. To understand and promote our purpose, which comprises our mission, vision, and value, and to clarify how they work together to push forward that purpose, this document explains in detail the world we have envisioned in 2030 and describes how we hope to get there, highlighting the key initiatives and targets that we believe will make *Kyo-Sei Life Vision 2030* a reality.

Kami berkomitmen untuk membantu menyelesaikan masalah lingkungan dan sosial, sambil memberikan nilai baru kepada konsumen dan masyarakat serta memastikan pertumbuhan bisnis yang stabil.

We are committed to helping resolve environmental and social issues, while providing new value to consumers and communities and assuring steady business growth.

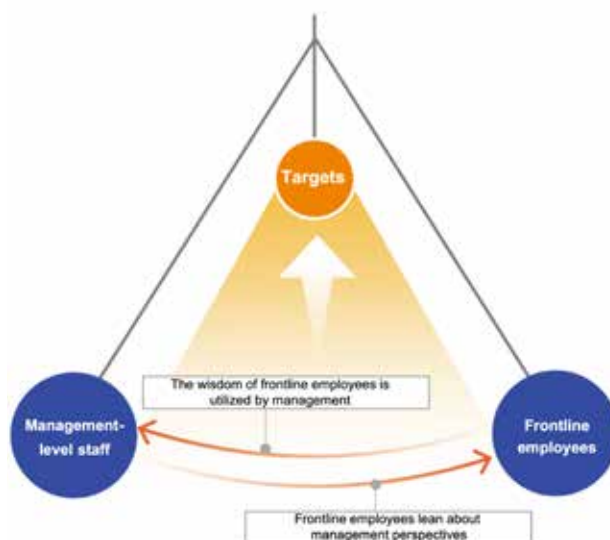
KEBIJAKAN MANAJEMEN DASAR BASIC MANAGEMENT POLICY

Unicharm Grup telah mempromosikan manajemen yang beresonansi sebagai model manajemen terpadu sejak tahun 2001. Dengan fokus pada model manajemen seperti ini, Perusahaan memusatkan sumber daya manajemen pada bisnis kain bukan tenunan dan bahan penyerap, sambil memperluas produk yang khas dan menguntungkan ke luar negeri, untuk memfasilitasi diversifikasi bisnis inti Perusahaan dan globalisasi bisnis khususnya.

The Unicharm Group has been promoting management with resonance as its unified management model since 2001. With a focus on this management model, the Company concentrates management resources on its nonwoven fabric and absorbent material businesses, while expanding highly distinctive and profitable products from these businesses overseas to facilitate the diversification of its core businesses and the globalization of its specialized businesses.

PROMOSI MANAJEMEN DENGAN RESONANSI PROMOTION OF MANAGEMENT WITH RESONANCE

[MANAJEMEN DENGAN RESONANSI]
[MANAGEMENT WITH RESONANCE]





PENDAHULUAN

Preface

Mendefinisikan Manajemen Beresonansi

Unicharm mendefinisikan manajemen beresonansi sebagai model manajemen yang akan dipromosikan oleh semua karyawannya. Model mensyaratkan agar karyawan tingkat manajemen dan garis depan bekerja sebagai satu kesatuan dengan menerapkan strategi perusahaan untuk mencapai tujuan. Tujuan terpenting dari manajemen beresonansi adalah untuk memungkinkan manajemen menggunakan keahlian karyawan garis depan dalam aktivitas manajemen mereka dan memahami perspektif manajemen, bertindak berdasarkan pemahaman yang jelas tentang kebijakan dan strategi manajemen. Mencapai tujuan ini membutuhkan banyak diskusi antara karyawan tingkat manajemen dan garis depan untuk menyelaraskan tujuan mereka secara menyeluruh sehingga semua karyawan bekerja menuju tujuan bersama. Unicharm percaya bahwa mencapai tujuannya dan berkontribusi pada peningkatan kinerja bisnis akan mengarah pada pertumbuhan semua manajemen dan karyawan, sehingga memfasilitasi pertumbuhan Grup secara keseluruhan.

Mencapai Promosi yang Luas tentang Manajemen Beresonansi

Menerapkan Metodologi OODA Loop

Unicharm mengimplementasikan metodologi *OODA Loop* miliknya untuk mempromosikan manajemen beresonansi.

Siklus *Plan-Do-Check-Act* (PDCA) didasarkan pada rencana yang harus dipatuhi bahkan jika mereka tidak dapat menangani perubahan kondisi secara efektif. Untuk menghindari situasi tersebut, kami mulai menerapkan metodologi *Observe-Orient-Decide-Act Loop* (*OODA Loop*) dengan mengamati kondisi bisnis saat ini. Kami dengan cepat menyesuaikan diri dengan perubahan tak terduga, mengambil keputusan, dan mengambil tindakan. Metodologi *OODA Loop* mengimplementasikan siklus ini dengan memanfaatkan sumber daya internal Unicharm.

Pertama, tim karyawan yang ditunjuk merumuskan rencana bisnis triwulanan dan setengah tahunan. Saat menyusun rencana ini, semua anggota tim menyampaikan pendapat mereka dan memasukkan rencana tindakan dalam format standar tabel Tujuan – Sasaran – Isu – Strategi – Ukuran – Rencana Tindakan (OGISM (A)).

* Begitu rencana dimulai, tim memulai dengan meluncurkan kegiatan mereka sejalan dengan tabel OGISM (A). Keuntungan dari metodologi *OODA Loop* adalah memungkinkan revisi setiap minggu tanpa terikat dengan rencana, memungkinkan mereka untuk mempertimbangkan lingkungan operasi yang selalu berubah.

Saat meninjau perencanaan, pemimpin tim membuat formulir *OODA Loop* untuk meninjau aktivitas tim sesuai dengan prosedur *OODA* dan membagikan umpan balik mereka dengan anggota setiap tim. Setelah memahami isi formulir *OODA Loop*, semua anggota tim menyusun rencana tindakan dengan interval 30 menit untuk minggu berikutnya menggunakan formulir mingguan standar. Setelah perencanaan diselesaikan, tim mengadakan pertemuan "*scrum*" setiap minggu. *Scrum* adalah unit organisasi kecil karyawan, seperti grup atau bagian. Pada pertemuan ini, semua anggota mendiskusikan isi formulir *OODA Loop* dan rencana aksi mingguan mereka sendiri, yang mereka sempurnakan dan revisi.

Defining Management with Resonance

Unicharm defines management with resonance as a management model to be promoted by all of its employees. This model seeks to have management-level and frontline employees work as one to achieve goals with the aim of implementing the Company's strategies. The most important purpose of management with resonance is to allow management to bring frontline employee expertise to bear in their management activities, while enabling those on the front lines to understand management's perspective and act based on a clear understanding of management policies and strategies. Achieving this purpose requires ample discussions between management-level and frontline employees to thoroughly align their goals so that all employees work toward a shared objective. Unicharm believes that achieving its goals and contributing to improved business performance will lead to the growth of all management personnel and employees, thereby facilitating the growth of the Group as a whole.

Achieving the Groupwide Promotion of Management with Resonance

Applying the OODA Loop Methodology

Unicharm implements its proprietary *OODA Loop* methodology to promote management with resonance.

Plan-Do-Check-Act (PDCA) cycles are based on plans that must be adhered to even if they cannot effectively deal with changing conditions. To avoid such situations, we began applying the *Observe-Orient-Decide-Act Loop* (*OODA Loop*) methodology by observing current business conditions. Quickly grasping unexpected changes in the world, we orient ourselves to them, reach a decision, and take action. The *OODA Loop* methodology implements this cycle by utilizing Unicharm's own in-house resources.

First, teams of designated employees formulate quarterly and half-yearly business plans. When drafting these plans, all team members present their opinions and enter an action plan in the standard format of the Objectives–Goals–Issues–Strategies–Measures–Action Plan (OGISM (A)) table.

* Once the plan starts, teams begin by launching their activities in line with the OGISM (A) table. The advantage of the *OODA Loop* methodology is that it allows for revisions on a weekly basis without wedding teams to the action plan, allowing them to take into account the ever-changing operating environment.

When reviewing plans, team leaders create an *OODA Loop* form to review teams' activities in accordance with *OODA* procedures and share their feedback with members of each team. Having understood the content of the *OODA Loop* form, all team members put together an action plan in 30-minute increments for the following week using the standard weekly action plan form. After action plans have been finalized, teams hold "*scrum*" meetings on a weekly basis. A *scrum* is a small organizational unit of employees, such as a group or section. At these meetings, all members discuss the content of the *OODA Loop* form and their own weekly action plan, which they refine and revise.

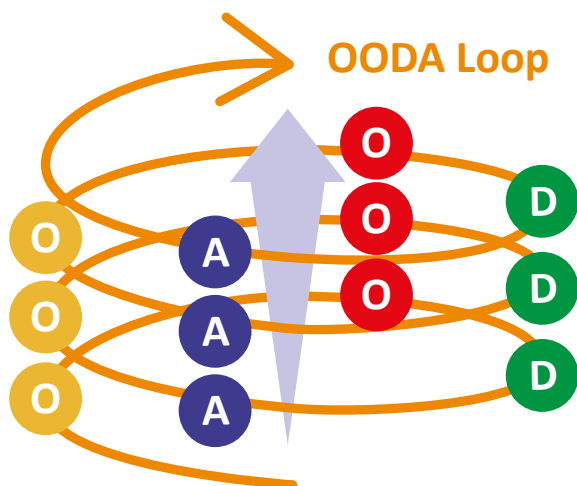
Penyelenggaraan rapat *scrum* mingguan serta rapat divisi dan manajemen untuk berbagi wawasan sangat membantu dalam mengembangkan sumber daya manusia dan budaya organisasi di mana semua karyawan dapat menentukan tindakan terbaik untuk diambil dan ditindaklanjuti sesuai dengan inisiatif mereka sendiri sambil menilai keadaan setiap hari.

The holding of weekly *scrum* meetings as well as divisional and management meetings to share insight drawn from these three resources and discuss action plans helps foster human resource development and an organizational culture in which all employees can determine the best course of action to take and act on their own initiative while assessing circumstances on a daily basis.

* Tabel OGISM (A) adalah kerangka kerja strategis yang dikonsolidasikan ke dalam satu tabel yang digunakan untuk merumuskan rencana aksi yang terdiri dari target yang ingin dicapai dalam jangka waktu rencana tersebut. Tujuan (target yang ingin dicapai dalam periode tersebut) => Sasaran (target numerik) => Isu => Strategi => Tindakan (kriteria penentuan) => *Action Plan*

* The OGISM (A) table is a strategic framework consolidated into a single table that is used to formulate an action plan consisting of targets to be achieved within the plan's period. Objectives (targets to be achieved within the period) Goals (numerical targets) => Issues => Strategies => Measures (determination criteria) => Action Plan

Filosofi OODA Loop Methodology
Philosophy of the OODA Loop Methodology



Observation

Amati situasi menggunakan kelima indera
 Observe the situation using all five senses

Orientation

Tentukan situasi menggunakan informasi yang diperoleh bersama dengan pengalaman dan pengetahuan masa lalu
 Determine the situation using information obtained along with past experiences and knowledge

Decision

Membuat keputusan yang tepat dari pilihan yang tersedia
 Make the right decision from the options available

Action

Ambil tindakan segera
 Take prompt action

Repeat Loop

Tetapkan mekanisme melalui mana pendekatan terus-menerus ditinjau dan perubahan mendasar dilakukan
 Establish a mechanism via which approaches are constantly reviewed and fundamental changes are made



PENDAHULUAN

Preface

Prosedur untuk Menyelaraskan Tujuan di seluruh Grup Unicharm

Procedure for Aligning Goals throughout the Unicharm Group

Pertemuan Praktik Manajemen Beresonansi

Pertemuan Praktis Manajemen Beresonansi dipimpin oleh presiden & CEO atau pejabat eksekutif dan dihadiri oleh kepala divisi dan pemimpin *scrum* atau di atasnya. Pada rapat badan ini, pidato presiden & CEO diikuti dengan laporan kemajuan oleh mereka yang bertanggung jawab untuk mempromosikan strategi utama Perusahaan dan diskusi yang melibatkan semua yang hadir.

Management with Resonance Practical Meeting

The Management with Resonance Practical Meeting is chaired either by the president & CEO or an executive officer and attended by division heads and *scrum* leaders or above. At meetings of this body, an address by the president & CEO is followed by progress reports by those responsible for promoting key Companywide strategies and a discussion involving all those in attendance.



Rapat *Scrum* Divisi

Rapat *scrum* divisi dipimpin oleh seorang kepala divisi dan dihadiri oleh para pemimpin *scrum*. Pertemuan-pertemuan ini diadakan setelah Pertemuan Praktik Manajemen Beresonansi untuk berbagi informasi tentang agenda yang diangkat, setelah itu para peserta mendiskusikan formulir *OODA Loop* dan rencana aksi mingguan mereka sambil saling memberikan saran.

Divisional *Scrum* Meeting

A divisional *scrum* meeting is chaired by a division head and attended by *scrum* leaders. These meetings are held after the Management with Resonance Practical Meeting to share information on the agenda items raised, following which participants discuss their *OODA Loop* forms and weekly action plans while offering each other advice.



Rapat Strategi *Scrum* Mingguan

Diketahui oleh pemimpin *scrum*, setiap tim *scrum* mengadakan pertemuan strategi *scrum* mingguan. Diadakan setelah pertemuan *scrum* divisi, mereka yang menghadiri pertemuan strategi *scrum* mingguan dapat berbagi informasi tentang item agenda yang dibahas pada pertemuan divisi tersebut sementara pemimpin *scrum* memberikan presentasi tentang formulir *OODA Loop*. Semua anggota mempresentasikan rencana aksi mingguan mereka berdasarkan pemahaman menyeluruh tentang formulir *OODA Loop*, memeriksa area yang memerlukan perbaikan dan merevisi rencana aksi mereka seperlunya.

Weekly *Scrum* Strategy Meeting

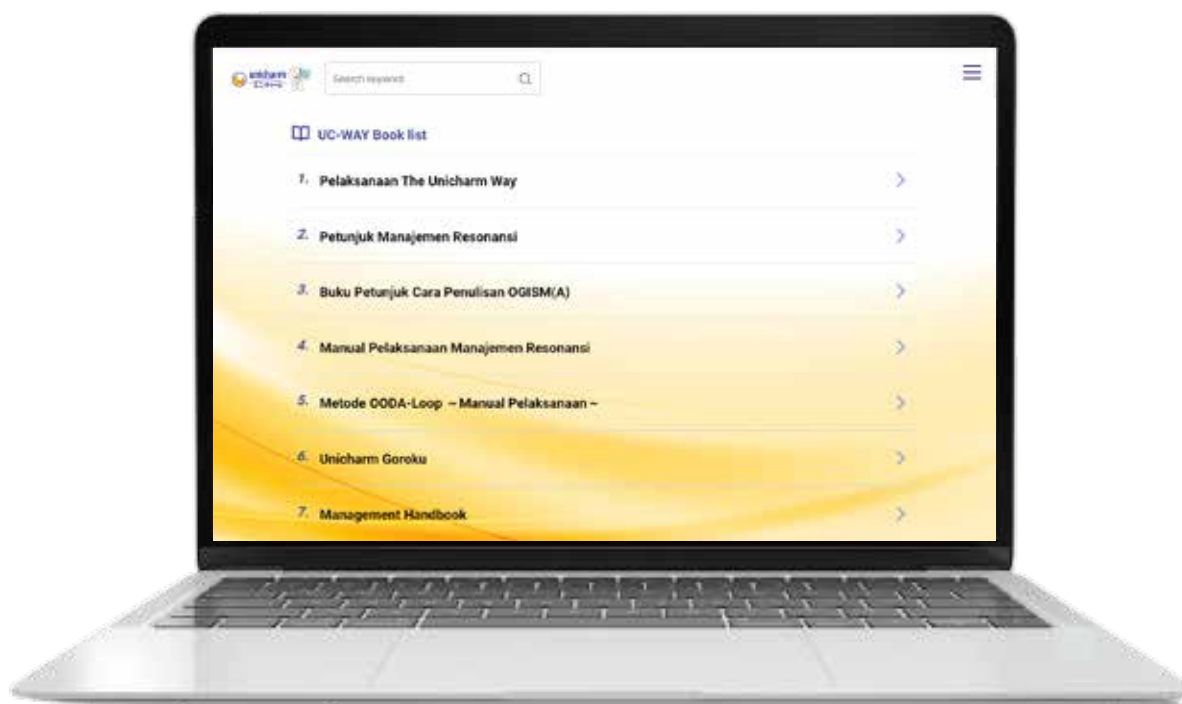
Chaired by a *scrum* leader, each *scrum* team holds a weekly *scrum* strategy meeting. Held following the divisional *scrum* meeting, those attending the weekly *scrum* strategy meeting can share information on the agenda items discussed at the aforementioned divisional meeting while a *scrum* leader gives a presentation on the *OODA Loop* form. All members present their weekly action plan based on a thorough understanding of the *OODA Loop* form, checking for areas requiring improvement and revising their action plans as necessary.

Menanamkan *The Unicharm Way*

“Menanamkan *The Unicharm Way*” merupakan alternatif lain dalam menerapkan manajemen beresonansi. Sebagai bagian dari upaya menanamkan *The Unicharm Way*, Perusahaan mengubah pengetahuan tacit—seperti Terminologi Unicharm, yang mencakup nilai, panduan tindakan, dan pernyataan penting dari manajemen untuk dibagikan ke seluruh Grup—menjadi pengetahuan eksplisit. Meskipun sebelumnya kami mendistribusikan informasi tentang *The Unicharm Way* kepada seluruh karyawan dalam bentuk *personal organizer*, saat ini kami mengoperasikan aplikasi *in-house*. Beralih ke aplikasi memungkinkan kami membangun lingkungan di mana semua karyawan dapat mengakses informasi tentang *The Unicharm Way* kapan saja, di mana saja. Kami percaya bahwa karyawan dapat lebih mudah mengadopsi nilai-nilai, pendekatan, dan kode etik kami dengan berkonsultasi dengan aplikasi dalam pekerjaan sehari-hari mereka dan menggunakannya sebagai dasar pengambilan keputusan mereka.

Instilling *The Unicharm Way*

“Instilling *The Unicharm Way*” represents another initiative for implementing management with resonance. As part of its efforts to instill *The Unicharm Way*, the Company converts tacit knowledge—such as Unicharm Terminology, which includes values, action guidelines, and important statements from management to be shared throughout the Group—into explicit knowledge. Although we used to distribute information on *The Unicharm Way* to all employees in the form of a personal organizer, we currently operate an in-house app. Shifting to an app has allowed us to establish an environment where all employees can access information on *The Unicharm Way* anytime, anywhere. We believe that employees can more easily adopt our values, approaches, and codes of conduct by consulting the app in the course of their daily work and using it as the basis for their decision-making.





KONSEP GAYA HIDUP BARU : “ETHICAL LIVING FOR SDGs” NEW LIFE STYLE CONCEPT : “ETHICAL LIVING FOR SDGs”



ETHICAL LIVING For SDGs

Jakarta, 28 Juli 2021, Perseroan telah meluncurkan konsep *new life style* yaitu “*Ethical Living for SDGs*” yang tidak hanya memberikan kenyamanan bagi banyak konsumen, tetapi juga secara konkrit bertujuan untuk mencapai SDGs (*Sustainable Development Goals*). *Ethical Living for SDGs* bertujuan untuk menjadi perusahaan yang maju dan beretika untuk lingkungan di mana setiap orang dapat hidup dengan nyaman, yang Perseroan targetkan pertama-tama untuk dipenetrasikan kepada seluruh masyarakat Indonesia. Selain itu, Perseroan bertujuan untuk mencapai SDGs dengan mengusulkan *Ethical Living for SDGs*.

Jakarta, 28 July 2021, the Company has launched a new lifestyle concept, namely “*Ethical Living for the SDGs*” which not only provides comfort for many consumers, but also concretely aims to achieve the SDGs (*Sustainable Development Goals*). *Ethical Living for SDGs* aims to be an advanced and ethical company for an environment where everyone can live comfortably, which we target first to penetrate all Indonesian people. In addition, the Company aims to achieve the SDGs by proposing *Ethical Living for SDGs*.

TOPIK KUNCI 1 : MENJAGA KESEJAHTERAAN INDIVIDU

Key Topic 1 "Protecting Individuals Welfare"





PENDAHULUAN
Preface

PENDEKATAN DAN STRATEGI DASAR PERSEROAN

THE COMPANY’S BASIC APPROACH AND STRATEGY

“NOLA&DOLA (*Necessities of Life with Activities & Dreams of Life with Activities*), filosofi Perseroan dipenuhi dengan harapan yaitu “Perseroan ingin menyediakan kebutuhan semua orang (dari bayi baru lahir hingga orang tua) dengan produk dan layanan yang memberikan mental dan dukungan fisik melalui perawatan yang lembut sehingga mereka dapat bebas dari beban dan dapat memenuhi impian mereka.” Perseroan ingin mengembangkan produk dan layanan yang berkontribusi pada perwujudan masyarakat di mana setiap orang di seluruh dunia dapat benar-benar merasakan “keunikan mereka sendiri” di berbagai tahap kehidupan mereka dan menikmati kehidupan sehari-hari mereka.

“NOLA&DOLA (*Necessities of Life with Activities & Dreams of Life with Activities*), the Company’s philosophy is filled with hope which is “The Company wants to provide the needs of everyone (from newborns to the elderly) with products and services that provide mental and physical support through gentle care so they can be free from burdens and can fulfill their dreams.” The Company wants to develop products and services that contribute to the realization of a society where everyone around the world can truly experience “their own uniqueness” at various stages of their lives and enjoy their daily lives.

KEGIATAN PERSEROAN YANG BERKONTRIBUSI PADA SDGs

COMPANY ACTIVITIES THAT CONTRIBUTE TO THE SDGs

Pilar pembangunan sosial: meliputi Tujuan 1, 2, 3, 4 dan 5

Social development pillars: including Goals 1, 2, 3, 4 and 5



Tidak ada Kemiskinan
No Poverty



Nol Kelaparan
Zero Hunger



Kesehatan dan Kesejahteraan yang Baik
Good Health and Well-Being



Pendidikan Berkualitas
Quality Education



Kesetaraan Gender
Gender Equality

KESETARAAN GENDER

GENDER EQUALITY

Sebagai bentuk komitmen Perseroan akan kesetaraan gender, tercatat selama tahun 2022 Perseroan memiliki 1.443 karyawan perempuan dan 1.077 karyawan laki-laki. Hal ini terlihat bahwa Perseroan memiliki lebih banyak karyawan perempuan dalam kegiatan bisnisnya, serta memperlihatkan bahwa porsi struktural dalam Perseroan tidak memandang ras atau gender tertentu.

As a form of the Company’s commitment to gender equality, it is recorded that in 2022 the Company has 1,443 female employees and 1,077 male employees. This can be seen that the Company has more female employees in its business activities and reveals that the structural portion of the Company does not look at a particular race or gender.

SEMINAR DAN EDUKASI SEMINARS AND EDUCATION

EDUKASI PEMILAHAN SAMPAH WASTE SEGREGATION EDUCATION



PT Uni-Charm Indonesia Tbk bekerja sama dengan Kementerian Pendidikan Kebudayaan Riset dan Teknologi Republik Indonesia mengadakan kegiatan edukasi pemilahan sampah kepada 30 murid SDN Tanjung Barat 09 Jakarta Selatan, Provinsi DKI Jakarta.

PT Uni-Charm Indonesia Tbk in collaboration with the Ministry of Education, Culture, Research, and Technology of the Republic of Indonesia held an educational activity on waste segregation for 30 students at SDN Tanjung Barat 09 South Jakarta, DKI Jakarta Province.

Kondisi pelaksanaan kegiatan edukasi pemilahan sampah di SDN Tanjung Barat 09 Jakarta Selatan ini dilatarbelakangi semakin bertumbuhnya perekonomian Indonesia, jumlah sampah tahunan yang dihasilkan pun semakin meningkat.

The driving forces behind the execution of the waste sorting education activity at SDN Tanjung Barat 09 South Jakarta are the growing Indonesian economy and also the increased annual trash production.

Salah satu penyebabnya adalah karena sampah yang dikumpulkan dari berbagai wilayah dibawa ke tempat penampungan tanpa melalui proses pemilahan.

One of the reasons is because the waste collected from various areas is brought to the landfill without going through a sorting process.

Konten kegiatan edukasi pemilahan sampah kali ini diawali dengan penjelasan tentang SDGs (*Sustainable Development Goals*) untuk siswa SD, larangan membuang sampah sembarangan, pengetahuan dasar tentang kegiatan 3R, pengenalan sampah yang dapat dijadikan kompos, pentingnya memilah sampah berdasarkan jenisnya (organik & anorganik) serta hasil yang ditimbulkan dengan mengurangi jumlah sampah.

The content of the waste sorting educational activity this time begins with an explanation of the SDGs (Sustainable Development Goals) for elementary school students, the prohibition of littering indiscriminately, basic knowledge about 3R activities, introduction to waste that can be used as compost, the importance of sorting waste based on its type (organic & inorganic), as well as the results generated by reducing the amount of waste.

Pembelajaran dilakukan menggunakan video dan materi, dengan menjadikan salah satu karakter yang ada di Perseroan yaitu Pokojang sebagai *ambassador*. Lalu, untuk memberikan pemahaman bahwa “dengan memilah sampah, maka jumlah sampah akan berkurang”, seluruh siswa yang mengikuti pembelajaran dibagikan buku tulis dengan gambar Pokojang yang terbuat dari kertas hasil daur ulang.

Education is carried out using videos and materials by using one of the characters in the Company, namely Pokojang, as an ambassador. Then, to understand that “by sorting waste, the amount of waste will be reduced”, all students who took part in the lesson were given notebooks with Pokojang pictures made from recycled paper.

Kami secara proaktif menyelesaikan permasalahan sosial dan lingkungan melalui kegiatan perusahaan. Kami percaya bahwa apabila sampah plastik diproses dengan cara dibakar dengan benar, maka tidak akan menimbulkan masalah bagi lingkungan. Untuk melakukan sosialisasi proses pembakaran sampah secara benar dengan memilah dan mengumpulkan sampah, kami menganggap edukasi kegiatan 3R sebagai suatu hal yang penting.

We proactively address social and environmental issues through corporate activities. We believe that if plastic waste is burned correctly after processing, it won't harm the environment. In order to socialize the process of burning waste properly by sorting and collecting waste, we consider education on 3R activities an important matter. By providing waste sorting education to elementary school students who will become Indonesia's future



PENDAHULUAN

Preface

Dengan memberikan edukasi pemilahan sampah kepada para siswa SD yang akan menjadi pemimpin Indonesia di masa depan, akan memberikan pemahaman tentang pentingnya menjaga lingkungan, yang mana pada akhirnya akan terhubung pada terwujudnya pengurangan sampah.

leaders, it will provide an understanding of the importance of protecting the environment, which will ultimately be linked to the realization of waste reduction.

PERWUJUDAN MASYARAKAT YANG HIDUP BERDAMPINGAN DENGAN PARTNER ANIMAL (PET)

ESTABLISHING COMMUNITIES THAT LIVE WITH ANIMAL PARTNERS (PET)

DONASI KE PENAMPUNGAN KUCING

DONATION TO THE CAT SHELTER



Pada Juli 2022, Perseroan berpartisipasi dalam peringatan berdirinya Penampungan Kucing “WINDURI”, dan menyumbangkan Deo Toilet untuk Kucing dan sejumlah uang. Rumah Kucing Parung (RKP) terletak di Kabupaten Bogor, dan menampung sekamir 600 ekor kucing. Dalam rangka memperingati 8 tahun berdirinya, RKP menggelar acara *talkshow* bersama dokter hewan dan pembela hewan, sterilisasi kucing jantan, adopsi dll yang dihadiri oleh lebih dari 150 pecinta kucing. Tujuannya untuk memperluas kesadaran akan tempat penampungan kucing, sekaligus menyosialisasikan pentingnya sterilisasi untuk menjaga angka kelahiran kucing.

Salah satu keunggulan dari Deo-Toilet ini juga sangat mudah diganti, mengurangi sampah sebanyak 58%, dan dapat membantu pemelihara untuk memonitor kondisi kesehatan kucing dengan cara melihat warna urin kucing yang tersaring pada sheet antibakteri, serta, design Deo-Toilet dibuat untuk memberikan kenyamanan bagi kucing.

In July 2022, UCI participated in the commemoration of the establishment of the “WINDURI” Cat Shelter, and donated Deo Toilet for Cats and some money. The Parung Cat House (RKP) is located in Bogor Regency, and accommodates about 600 cats. In commemoration of 8 years since its establishment, RKP held a talkshow event with veterinarians and animal defenders, male cat sterilization, adoption etc. which was attended by more than 150 cat lovers. The aim is to expand awareness of cat shelters, while socializing the importance of sterilization to maintain cat birth rates.

Another advantage of the Deo-Toilet is that it is also very easy to replace, reduces waste by as much as 58%, and can help caregivers monitor the cat’s health condition by seeing the color of cat urine filtered on an antibacterial sheet. In addition, the Deo-Toilet design is made to provide comfort for cats.

DONASI BUKU HAJI

HAJJ BOOK DONATION



Bagi umat Islam di Indonesia yang merupakan populasi lebih dari 85% penduduk Indonesia, haji merupakan salah satu ibadah yang paling utama. Dengan merebaknya penularan COVID-19, maka ibadah haji tahun 2020-2021 dibatalkan dan hanya untuk penduduk yang berdomisili di Arab Saudi, namun mulai tahun ini jemaah haji Indonesia diperbolehkan untuk datang kembali, dan akan menjadi haji pertama sejak merebaknya wabah tersebut. PT Uni-Charm Indonesia Tbk sejak tahun 2017 terus mensponsori buku panduan haji bagi jemaah Indonesia, dan menjadi sponsor utama sejak tahun 2019. Dengan membagikan popok dewasa Lifree Pants kepada jemaah, PT Uni-Charm Indonesia Tbk sebagai pemimpin pasar domestik bertekad untuk terus mendukung kenyamanan dalam beribadah, dengan menjaga kebersihan jemaah. Melalui upaya yang kami lakukan, diharapkan dapat menjaga kebersihan jemaah haji dari segala usia, dan terus memberikan dukungan kepada jemaah haji agar dapat beraktivitas dengan nyaman.

PT Uni-Charm Indonesia Tbk bekerjasama dengan LKIPI sebagai penerbit dari Buku panduan haji, dan membagikan contoh popok dewasa Lifree Pants dan Buku panduan haji kepada lebih dari 100 ribu jemaah haji Indonesia.

For Muslims in Indonesia, who make up more than 85% of the Indonesian population, Hajj is one of the most important acts of worship. With the spread of COVID-19 transmission, the Hajj pilgrimage in 2020-2021 was canceled and only for residents who live in Saudi Arabia, but starting this year Indonesian Hajj pilgrims are allowed to return, and will be the first Hajj since the spread of the COVID19 virus (with COVID-19). PT Uni-Charm Indonesia Tbk since 2017 has continued to sponsor the Hajj guidebook for Indonesian pilgrims, and has been the main sponsor since 2019. By distributing Lifree Pants adult diapers to pilgrims, PT Uni-Charm Indonesia Tbk as a leader in the domestic market is determined to continue to support comfort in worship, by maintaining the cleanliness of the congregation. Through our efforts, it is hoped that we can maintain the cleanliness of Hajj pilgrims from all ages, and we will continue to provide support to pilgrims so that they can carry out their activities comfortably.

PT Uni-Charm Indonesia Tbk collaborated with LKIPI, the publisher of the Hajj guidebook, and distributed samples of Lifree Pants adult diapers and the Hajj guidebook to more than 100 thousand Indonesian pilgrims.



PENDAHULUAN

Preface

KOLABORASI 3 PIHAK PERTAMA DI INDONESIA! BRAND PEMBALUT CHARM, YKPI & KEMENTERIAN KESEHATAN

FIRST 3-PARTY COLLABORATION IN INDONESIA!

BRAND CHARM NAPKIN, YKPI, & THE MINISTRY OF HEALTH



Brand pembalut wanita Charm berkolaborasi dengan YKPI (Yayasan Kanker Payudara Indonesia) dan Kementerian Kesehatan Republik Indonesia (Kemenkes) meluncurkan slogan “Ayo SADARI Setelah Menstruasi” pada konferensi pers yang diadakan pada 6 Oktober 2022 di Hotel Mulia, Jakarta. Kolaborasi 3 pihak dengan tema penemuan kasus kanker payudara secara dini antara swasta, organisasi non pemerintah dan Kementerian kali ini adalah yang pertama kalinya di Indonesia. Selain itu, dengan donasi yang diberikan Charm kepada YKPI untuk mempenetrasikan gerakan breast *self-examination* (BSE), diharapkan dapat mendukung aktivitas *Pink Ribbon* di bulan Oktober yang diperingati sebagai bulan kesadaran kanker payudara, demi berkontribusi pada perwujudan 0 penemuan kanker payudara stadium lanjut yang dicanangkan oleh Kemenkes.

Upaya yang dilakukan Charm

- Menyebarluaskan “Ayo SADARI Setelah Menstruasi” menggunakan produk Merencanakan pemasangan tulisan “Ayo SADARI Setelah Menstruasi” di kemasan produk Charm. Menyarankan pelaksanaan SADARI pada hari ke 7-10 dari hari pertama menstruasi, untuk mendukung gerakan deteksi dini kanker payudara.
- Video SADARI Mendukung penetrasi gerakan periksa payudara sendiri dengan membuat video yang menjelaskan cara melakukan SADARI dan disebarluaskan melalui Youtube dan media sosial lain.
- Aktivitas di Internal Perusahaan Melakukan berbagai kegiatan di bulan peringatan kanker payudara ini untuk memberikan pemahaman tentang pentingnya deteksi dini kanker payudara kepada para karyawan PT Uni-Charm Indonesia Tbk yang mayoritas adalah wanita seperti sosialisasi SADARI dan pemeriksaan Mammography.

Sanitary napkin brand Charm collaborated with YKPI (Indonesian Breast Cancer Foundation) and the Ministry of Health of the Republic of Indonesia (Kemenkes) to launch the slogan “Let’s BSE After Menstruation” at a press conference held on October 6 at a hotel in Jakarta. The collaboration of 3 parties with the theme of early detection of breast cancer cases between the private sector, non-governmental organizations and the Ministry this time is the first time in Indonesia. In addition, with the donation that Charm gave to YKPI to penetrate the breast self-examination (BSE) movement, it is hoped that it can support Pink Ribbon activities in October which is commemorated as breast cancer awareness month, in order to contribute to the realization of 0 findings of advanced breast cancer proclaimed by Ministry of Health.

Charm’s efforts

- Distributing “Let’s BSE After Menstruation” using products Planning to put the words “Let’s BSE After Menstruation” on Charm product packaging. Suggesting the implementation of BSE on days 7-10 from the first day of menstruation to support the movement for early detection of breast cancer.
- BSE videos Supporting the penetration of the breast self-examination movement by making a video explaining how to do BSE and disseminating it via Youtube and other social media
- Activities within the Company Conducting various activities in this month of commemoration of breast cancer to provide an understanding of the importance of early detection of breast cancer to employees of PT Uni-Charm Indonesia Tbk, the majority of whom are women, such as BSE socialization and Mammography examinations.

PT UNI-CHARM INDONESIA TBK BERGABUNG DENGAN DEKLARASI 2022 “MEMERANGI TUBERKULOSIS (TB) DI TEMPAT KERJA”

PT UNI-CHARM INDONESIA TBK JOINS THE 2022 DECLARATION “COMBAT TUBERCULOSIS (TB) IN THE WORKPLACE.”



Tuberkulosis (TBC) masih menjadi salah satu penyebab kematian terbesar di Indonesia. Menurut data Kementerian Kesehatan Indonesia, ada lebih dari 900 ribu orang hidup dengan TBC. Pemerintah telah mengeluarkan Perpres No 67 tahun 2021 tentang penanggulangan Tuberkulosis untuk mengeliminasi TBC pada 2030.

Perseroan berpartisipasi dalam pertemuan deklarasi “*Combat TBC in the Workplace*” tahun 2022 yang dilaksanakan pada tanggal 9 November 2022. Dengan mengikuti kegiatan ini sebagai salah satu perusahaan yang mengembangkan bisnis di Indonesia, Perseroan berharap dapat berkontribusi dalam “Penghapusan TBC tahun 2030” Sebuah program yang dicanangkan Pemerintah. Dengan upaya ini Perseroan turut andil dalam mengurangi jumlah karyawan yang terkena TBC.

Tuberculosis (TB) is still one of the biggest causes of death in Indonesia. According to data from the Indonesian Ministry of Health, there are more than 900,000 people living with TB. The government has issued Presidential Regulation No. 67 of 2021 concerning the prevention of tuberculosis and its elimination by 2030.

UCI participated in the “*Combat TBC in the Workplace*” declaration meeting 2022, which was held on 9 November 2022. By participating in this activity as one of the companies that developing business in Indonesia, UCI hopes to contribute to the “TBC Elimination in 2030” program that launched by the Government. With this effort the Company is contribute to reducing the number of employees with tuberculosis

TOPIK KUNCI 2 : MENJAGA KESEJAHTERAAN MASYARAKAT

Key Topic 2 " Protecting Community Welfare"



PENDEKATAN DAN STRATEGI DASAR PERSEROAN

THE COMPANY’S BASIC APPROACH AND STRATEGY

Sebagai bagian dari komitmen keberlanjutan, Perseroan berupaya untuk menggerakkan perekonomian baik perekonomian lokal maupun nasional dengan melibatkan berbagai pihak, terutama masyarakat. Dengan demikian, Perseroan berharap dapat membantu pemerintah dalam mendorong pemerataan perekonomian rakyat.

The company wants to stimulate the local and global economies as part of its commitment to sustainability. To do this, The Company works with a variety of stakeholders, particularly the community. As a result, the Company wants to help the government promote economic distribution among the populace.

KEGIATAN PERSEROAN YANG BERKONTRIBUSI PADA SDGs

COMPANY ACTIVITIES THAT CONTRIBUTE TO THE SDGs

Pilar pembangunan sosial: meliputi Tujuan 1, 2, dan 3

Social development pillars: including Goals 1, 2, and 3



DONASI PRODUK UNTUK KORBAN GEMPA DI PASAMAN, SUMATERA BARAT

PRODUCT DONATION TO EARTHQUAKE VICTIMS IN PASAMAN, WEST SUMATRA

Pada tanggal 25 Februari 2022 terjadi gempa tektonik di kawasan Talamau, Pasaman Barat, Sumatera Barat dimana Lebih dari 13.000 warga mengungsi, lebih dari 1.000 keluarga kehilangan tempat tinggal, dan 11 orang meninggal dunia.

On Friday, February 25th, 2022 there was a tectonic earthquake in Talamau Area, West Pasaman. More than 13.000 residents were evacuated, more than 1.000 families lost their homes, and 11 people died.

Perseroan menyalurkan 50 produk CTN sebagai donasi ke beberapa lokasi pengungsian di Kabupaten Pasaman, Sumatera Barat.

The Company distributed 50 CTN product as donation to several evacuation sites in the Pasaman District, West Sumatra.

Sebagai bentuk perwujudan slogan perusahaan yaitu *Ethical Living for SDGs*, elemen “Tangan dan Hati : Menunjukkan penciptaan profit, aktivitas perusahaan dan dikembalikan pada masyarakat”, PT Uni-Charm Indonesia Tbk memberikan bantuan kepada pengungsi gempa di Talamau, Pasaman Barat, Sumatera Barat yang terjadi pada 25 Februari 2022. Kami memberikan bantuan berupa produk untuk tetap menjaga kehidupan yang bersih selama masa pengungsian, sehingga walaupun dalam masa pengungsian, para pengungsi dapat menjalani kehidupan yang nyaman.

As a form of embodiment of the company’s slogan, namely *Ethical Living for SDGs*, “Hands and Hearts” element : Showing profit creation, company activities and giving back to society”, PT Uni-Charm Indonesia Tbk have assisted earthquake refugees in Talamau, West Pasaman, West Sumatra who were affected by the earthquake that occurred on February 25, 2022. We offered aid in the form of supplies to preserve a clean lifestyle during the evacuation period so that the refugees may live comfortably even at that time.



PENDAHULUAN
Preface

DONASI RACHEL HOUSE RACHEL HOUSE DONATION



Sejak 2020, PT Uni-Charm Indonesia Tbk terus memberikan support kepada Rachel House, sebuah organisasi non-profit di Indonesia yang merupakan pelopor pelayanan perawatan paliatif bagi anak-anak dengan penyakit serius seperti kanker, khususnya dari keluarga kurang mampu.

Sebagai upaya agar anak-anak penderita kanker dapat menjalani hari-harinya dengan nyaman dan higienis dan sebagai bentuk support untuk keluarga mereka, dengan memahami kondisi dimana popok bayi sebagai salah satu item yang dibutuhkan di dalam perawatan paliatif, Perseroan menyumbangkan popok sekali pakai "MamyPoko" sebagai *brand* No.1 di market popok bayi dalam negeri.

Perseroan pun turut berperan dalam perawatan paliatif yang diberikan oleh Rachel House, dengan mendonasikan produk popok bayi MamyPoko sebagai salah satu kebutuhan dasar bagi para pejuang cilik pasien Rachel House. Ini adalah suatu bentuk upaya PT Uni-Charm Indonesia Tbk untuk berkontribusi meringankan beban yang harus diderita oleh anak-anak ini di usia belia.

Di dalam filosofi perusahaan Perseroan yaitu NOLA & DOLA (*Necessity of Life with Activities & Dreams of Life with Activities*), terkandung makna dan harapan untuk melepaskan beban setiap orang mulai dari bayi sampai lansia melalui produk yang dapat memberikan dukungan jasmani dan rohani, untuk mewujudkan impian setiap individu. Melalui aktivitas perusahaan dan dukungan terhadap program yang dijalankan oleh pemerintah, kami berharap agar dapat memberikan kenyamanan dan kebahagiaan kepada anak-anak penderita kanker di Indonesia.

Since 2020, PT. Uni-Charm Indonesia Tbk has continued to provide support to Rachel House, Which Rachel House is an Indonesian non-profit organization as pioneer that give palliative service especially for children from underprivileged families with serious illness such as cancer.

As an effort so that children with cancer can spend their days comfortably and hygienically and as a form of support for their families, by understanding that baby diapers are one of the items needed in palliative care, the Company donated "MamyPoko" disposable diapers as brand No.1 in the domestic baby diaper market.

The company also plays a role in the palliative care provided by Rachel House by donating MamyPoko baby diaper products as one of the basic needs for the young warriors of Rachel House patients. This is a form of PT Uni-Charm Indonesia Tbk's efforts to contribute to alleviating the burden that these children have to suffer at such a young age.

Within the Company's corporate philosophy, namely NOLA & DOLA (*Necessity of Life with Activities & Dreams of Life with Activities*), there is meaning and hope to relieve everyone's burdens, from babies to the elderly, through products that can provide physical and spiritual support, helping each individual realize their dreams. Through our Company's activities and support for programs run by the government, we hope to be able to bring smiles and happiness to children with cancer in Indonesia.

DONASI HEWAN QURBAN SACRIFICIAL ANIMALS DONATION



Dalam rangka memperingati Hari Raya Idul Adha yang jatuh pada tanggal 10 Juli 2022, PT Uni-Charm Indonesia Tbk yang keempat pabriknya berlokasi di Kabupaten Karawang dan Mojokerto, menyumbangkan 5 hewan kurban ke 3 masjid yang berada di masing-masing wilayah tersebut. PT Uni-Charm Indonesia Tbk telah menyumbangkan hewan kurban selama lebih dari 8 tahun ke masjid-masjid di wilayah setempat. Selain donasi produk ke panti asuhan dan panti jompo yang telah dilakukan selama ini, melalui kegiatan seperti ini perusahaan melakukan upaya CSR secara berkelanjutan dan proaktif, guna memberikan kontribusi kepada masyarakat sekamir.

In commemoration of Eid al-Adha which fell on July 10, 2022, PT Uni-Charm Indonesia Tbk, whose 4 factories are located in Karawang and Mojokerto Regencies, donated 5 sacrificial animals to 3 mosques located in each of these areas. PT Uni-Charm Indonesia Tbk has been donating sacrificial animals for more than 8 years to mosques in the local area. In addition to product donations to orphanages and nursing homes that have been carried out so far, through activities like this the company carries out CSR efforts in a sustainable and proactive manner, in order to contribute to the local community.

DONOR DARAH DAN DONASI PANTI ASUHAN BLOOD DONATION AND ORPHANAGE DONATION



Dalam rangka memperingati HUT ke-25 perusahaan, PT Uni-Charm Indonesia Tbk mengadakan kegiatan donor darah dan kunjungan ke panti asuhan & panti jompo. Kegiatan ini rutin dilakukan setiap tahun namun sempat terhenti akibat penyebaran virus COVID-19, dan akhirnya dapat dilakukan kembali pada

In commemoration of the company's 25th anniversary, PT Uni-Charm Indonesia Tbk held blood donation activities and visits to orphanages and nursing homes. This activity is routinely carried out every year but was stopped due to the spread of the COVID-19 virus, and was finally able to be carried out again this



PENDAHULUAN

Preface

tahun ini. Melalui kegiatan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi kepada masyarakat. Setelah acara penghargaan bakti pada 12 Juli 2022 selesai, Perseroan bekerjasama dengan Palang Merah mengadakan kegiatan donor darah di Karawang Pabrik 1. Kegiatan donor darah tahun ini tidak hanya dihadiri oleh karyawan PT Uni-Charm Indonesia Tbk tetapi juga karyawan 3PL kami. Sebanyak sekamir 100 orang berpartisipasi untuk mendonorkan darah demi pasien yang membutuhkan.

year. Through this activity, it is expected to be able to contribute to the community. After the service award ceremony on July 12, 2022 was completed, the company in collaboration with Red Cross held a blood donation activity at Karawang Factory 1. This year's blood donor activity was attended by not only employees of PT Uni-Charm Indonesia Tbk but also employees of our 3PL employees. A total of about 100 people participated to donate blood for the sake of patients in need.

DONASI KORBAN BENCANA ALAM CIANJUR

DONATION FOR CIANJUR NATURAL DISASTER VICTIMS



Pada tanggal 21 November 2022, terjadi gempa bumi dengan magnitudo 5,6 di Provinsi Jawa Barat. Di Daerah Cianjur yang terkena dampak paling parah, banyak sekolah dan rumah warga yang roboh sehingga memakan banyak korban jiwa. Adanya bencana alam seperti ini menimbulkan resiko penurunan sanitasi lingkungan dan penularan penyakit. Oleh karena itu, PT Uni-Charm Indonesia Tbk mendonasikan produk untuk kebutuhan sekitar 1 bulan bagi korban terdampak melalui NPO – *Jabar Quick Response* (JQR). Dengan segera memberikan donasi produk, yakni kurang dari 1 minggu setelah terjadi gempa (26 November), PT Uni-Charm Indonesia Tbk sebagai produsen produk sanitasi berharap dapat berkontribusi demi menjaga lingkungan yang bersih dan higienis.

On November 21, 2022, an earthquake with a magnitude of 5.6 occurred in West Java Province. Numerous educational institutions and local residences collapsed in the Cianjur area, which was the worst affected, resulting in many fatalities. The existence of natural disasters like this raises the risk of declining environmental hygiene and disease transmission. Therefore, PT Uni-Charm Indonesia Tbk provided goods to help the afflicted victims for roughly a month through the NPO - *Jabar Quick Response* (JQR). By immediately donating products, which is less than 1 week after the earthquake occurred (November 26), PT Uni-Charm Indonesia Tbk as a manufacturer of sanitation products hopes to contribute to maintaining a clean and hygienic environment.

TOPIK KUNCI 3 : MENJAGA KESEHTARAAN PLANET KAMI

Key Topic 3 " Protecting Our Planet Healthy"





PENDEKATAN DAN STRATEGI DASAR PERSEROAN

THE COMPANY'S BASIC APPROACH AND STRATEGY

Mengatasi masalah lingkungan global menjadi sangat mendesak dan Perseroan memainkan peran yang semakin penting dalam mengurangi beban lingkungan dan membuat masyarakat yang berkelanjutan menjadi kenyataan. Perseroan menyadari bahwa melindungi dan mendukung lingkungan global adalah salah satu isu terpentingnya. Untuk berkontribusi pada kegiatan yang meningkatkan lingkungan global, Perseroan bertujuan untuk menyediakan produk dan layanan yang higienis dan nyaman seperti pembuatan model daur ulang yang mencakup seluruh siklus hidup produk melalui sistem daur ulang untuk popok sekali pakai bekas dan untuk memperkenalkan energi terbarukan.

Tackling global environmental problems is becoming increasingly urgent, and the Company is playing an increasingly important role in reducing environmental burdens and making a sustainable society a reality. The Company realizes that protecting and supporting the global environment is one of its most important issues. To contribute to activities that improve the global environment, the Company aims to provide hygienic and convenient products and services, such as creating a recycling model that covers the entire product life cycle through recycling systems for used disposable diapers and introducing renewable energy.

KEGIATAN PERSEROAN YANG BERKONTRIBUSI PADA SDGs

COMPANY ACTIVITIES THAT CONTRIBUTE TO THE SDGs

Pilar pembangunan lingkungan: meliputi Tujuan 6, 11, 12, 13, 14 dan 15

Environmental development pillars: including Goals 6, 11, 12, 13, 14 and 15



Air dan Sanitasi yang Bersih
Clean Water and Sanitation



Kota dan Masyarakat yang Berkelanjutan
Sustainable Cities and Communities



Konsumsi dan Produksi yang Bertanggung Jawab
Responsible Consumption and Production



Aksi Iklim
Climate Action



Kehidupan dibawah Air
Life Below Water



Kehidupan didarat
Life on Land

SERTIFIKAT PROPER DENGAN PERINGKAT BIRU

PROPER CERTIFICATION WITH BLUE RATING



Pabrik di Jawa Timur diakui sebagai pabrik yang menaati seluruh peraturan lingkungan hidup yang ditetapkan oleh Pemerintah Negara Indonesia, dan turut berkontribusi pada upaya pelestarian lingkungan, Proper (Program Penilaian Peringkat Kinerja) merupakan program penilaian terhadap upaya perusahaan di dalam bidang lingkungan yang dikembangkan oleh Kementerian Lingkungan Hidup pada tahun 1995. Program ini bertujuan untuk memotivasi perbaikan performa pelestarian lingkungan bagi pelaku industri, dengan menilai dan menginformasikan kepatuhan dan keberhasilan upaya perusahaan dalam hal pelestarian dan manajemen lingkungan ke publik.

Untuk memenuhi 76 persyaratan yang dibutuhkan di dalam sertifikasi Proper, seperti pemenuhan kompetensi dan sertifikasi Badan Nasional Sertifikasi Profesi (BNSP) bagi operator dan penanggung jawab pencemaran limbah dan pencemaran udara, serta meng-*update* seluruh persyaratan dan izin lainnya membutuhkan waktu empat bulan ke dalam sistem daring Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK). Hasilnya, dari penilaian pengelolaan lingkungan hidup untuk lingkup berkat penerapan manajemen lingkungan di setiap harinya, berhasil mendapatkan sertifikasi Proper dengan level “Biru”.

Dengan sertifikat Proper ini, PT Uni-Charm Indonesia Tbk menunjukkan komitmennya untuk selalu berkontribusi pada 17 target SDGs (*Sustainable Development Goals*).

The factory in East Java is acknowledged as one that complies with all environmental rules established by the Indonesian government and contribute efforts to protect the environment. PROPER (Public Disclosure Program for Environmental Compliance) is a program to evaluate Company efforts in the environmental field developed by the Ministry of the Environment in 1995. This program seeks to inspire industry participants to improve environmental preservation performance by evaluating and inform compliance and the efficacy of corporate activities in terms of environmental preservation and management for the public.

To fulfill the 76 requirements needed for PROPER certification, such as fulfilling the competence and certification requirements of the National Professional Certification Agency (BNSP) for operators and those in charge of waste water pollution and air pollution, as well as updating all other requirements and permits, it takes four months into the system of the Ministry of Environment and Forestry (KLHK). As a result of the assessment of environmental management and the implementation of environmental management on a daily basis, we managed to get a PROPER certification with a “Blue” level.

With this Proper certificate, PT Uni-Charm Indonesia Tbk demonstrates their commitment to consistently contributing to the 17 SDGs (*Sustainable Development Goals*) targets.



PENDAHULUAN

Preface

PELUNCURAN CHARM HERBAL ANSEPT+ *BIO MATERIAL* LAUNCHING CHARM ANSEPT+ *BIO MATERIAL*



Dalam rangka memperingati Hari Lingkungan Hidup Sedunia, PT Uni-charm Indonesia Tbk mengadakan konferensi pers pada hari Jumat, 3 Juni 2022 di Jakarta untuk meluncurkan pembalut wanita Charm Herbal Ansept+ *Bio Material* pertama di Unicharm Group yang menggunakan Bahan Alami. Produk yang diluncurkan kali ini menggunakan bahan alami pada kemasan luar, kemasan satuan, dan lembar atas untuk pertama kalinya di Unicharm Group, untuk mengurangi penggunaan plastik turunan minyak bumi.

Inovasi tersebut merupakan hasil riset dari Departemen R&D Perseroan yang berlangsung selama kurang lebih 4 tahun, dan bekerja sama dengan badan riset dalam dan luar negeri untuk melakukan *trial and error* berulang kali. Hasilnya, Perseroan berhasil meluncurkan Charm Herbal Ansept+ *Bio Material* yang *top sheet*, yaitu bagian yang bersentuhan langsung dengan kulitnya menggunakan *Bio Material* yang dibuat dari saringan serat tebu, dalam edisi terbatas.

Hal ini sebagai salah satu bentuk pelaksanaan slogan PT Uni-Charm Indonesia Tbk yaitu *Ethical Living For SDGs* yang berarti melakukan kebaikan kecil di dalam kehidupan sehari-hari, maka dilakukan upaya untuk membentuk lingkungan yang berkelanjutan dengan menggunakan sumber daya yang dapat diperbarui. Charm Herbal Ansept+ *Bio Material* yang diluncurkan sebagian materialnya berasal dari sumberdaya yang dapat diperbarui dan berasal dari tumbuhan, yaitu tebu.

In commemoration of World Environment Day, PT Uni-charm Indonesia Tbk held a press conference on Friday, June 3, 2022 in Jakarta to launch the first Charm Herbal Ansept+ *Bio Material* sanitary napkin in Unicharm Group that uses Natural Ingredients. The product launched this time uses natural materials in the outer packaging, unit packaging and top sheet for the first time at the Unicharm Group, to reduce the use of petroleum-derived plastics.

This innovation is the outcome of over four years of research by the company's R&D department, which also worked with other domestic and international research organizations to conduct numerous trial-and-error procedures. As a result, the Company succeeded in launching a limited edition Charm Herbal Ansept+ *Bio Material*, which top sheet, the part that is in direct contact with the skin using *Bio Material* made from filtered sugarcane fiber.

This is one way to put into practice the slogan of PT Uni-Charm Indonesia Tbk, namely *Ethical Living For SDGs*, which encourages everyday acts of kindness in order to create a sustainable environment that uses renewable resources. The recently released Charm Herbal Ansept+ *Bio Material* has a portion of renewable resource material and made from plants, specifically sugar cane.

PEMASANGAN PEMBANGKIT LISTRIK TENAGA SURYA SOLAR PANEL INSTALLATION



Di tengah semakin meningkatnya pengaruh perubahan iklim dari tahun ke tahun, PT Uni-Charm Indonesia Tbk menganggap penanganan terhadap pengurangan emisi CO₂ sebagai isu prioritas utama yang harus diselesaikan. Untuk itu, PT Uni-Charm Indonesia Tbk memulai penggunaan Pembangkit Listrik Tenaga Surya (PLTS) pada tahun 2022 di *Factory 1*, yang terletak di kawasan industri KIIC, Kabupaten Karawang, Jawa Barat. Melalui upaya ini, sekitar 8 juta kWh dari energi yang digunakan dalam 1 tahun akan beralih ke *green energy*, menargetkan mengurangi emisi CO₂ yang dihasilkan pabrik sebesar 7,241 tCO₂e. Dari 17 target SDGs (*Sustainable Development Goals*) yang dicanangkan, melalui kegiatan ini kami berupaya untuk berkontribusi pada target No.13 “Mengambil aksi segera untuk memerangi perubahan iklim dan dampaknya”

Amidst the increasing effects of climate change from year to year, PT Uni-Charm Indonesia Tbk considers handling CO₂ emission reductions as a top priority issue that must be resolved. For this reason, PT Uni-Charm Indonesia Tbk started using the Solar Power Plant (PLTS) in 2022 at *Factory 1*, which is located in the KIIC industrial area, Karawang Regency, West Java. Through this effort, about 8 million kWh of the energy used in a year will be converted to green energy, with a goal of lowering factory-related CO₂ emissions by 7,241 tCO₂e. Out of the 17 SDGs (*Sustainable Development Goals*) targets set out, through this activity, we are attempting to contribute target No. 13 “Take immediate action to combat climate change and its impacts”

KINERJA KEBERLANJUTAN

SUSTAINABILITY PERFORMANCE



KINERJA EKONOMI

ECONOMIC PERFORMANCE

KEGIATAN PERSEROAN YANG BERKONTRIBUSI PADA SDGs

COMPANY ACTIVITIES THAT CONTRIBUTE TO THE SDGs

Pilar pembangunan ekonomi meliputi Tujuan 7, 8, 9, 10 dan 17

Economic development pillars including Goals 7,8,9,10 and 17



PERBANDINGAN ANTARA TARGET DAN REALISASI KINERJA PRODUKSI, PENJUALAN, KEUANGAN, DAN INVESTASI [F.2]

COMPARISON BETWEEN TARGETS AND ACTUAL PRODUCTION PERFORMANCE, SALES, FINANCE, AND INVESTMENT

Uraian Description	2022			2021			2020		
	Target	Realisasi Realization	Pencapaian (%) Achievement (%)	Target	Realisasi Realization	Pencapaian (%) Achievement (%)	Target	Realisasi Realization	Pencapaian (%) Achievement (%)
Volume Produksi satuan PCS Production Volume in PCS unit									
Perawatan Bayi Baby Care	5.539.586.352	5.395.699.459	102,67%	5.362.033.323	5.038.109.672	106,43%	5.127.715.352	4.702.134.793	109,05%
Perawatan Wanita Feminine Care	2.781.920.792	2.825.843.316	98,45%	2.791.154.568	2.781.963.208	100,33%	2.548.994.448	2.504.255.368	101,79%



KINERJA KEBERLANJUTAN
SUSTAINABILITY PERFORMANCE

Uraian Description	2022			2021			2020		
	Target	Realisasi Realization	Pencapaian (%) Achievement (%)	Target	Realisasi Realization	Pencapaian (%) Achievement (%)	Target	Realisasi Realization	Pencapaian (%) Achievement (%)
Perawatan Kesehatan Wellness Care	219.287.428	219.319.545	99,99%	212.893.102	215.033.898	99,00%	147.305.072	142.959.248	103,04%
Jumlah Produksi Production Amount	8.540.794.572	8.440.862.320	101,18%	8.366.080.993	8.035.106.778	104,12%	7.824.014.872	7.349.349.409	106,46%
Volume Produksi satuan KG Production Volume in KG unit									
Data Produksi Entitas Anak Perusahaan (dalam Kg) Production Data of Subsidiaries (in Kg)	12.719.141	8.940.290	142,27%	13.533.327	12.245.093	110,52%	11.915.358	13.026.858	91,47%

* Terkait dengan perbandingan target dan realisasi atas kinerja keuangan (pendapatan dan laba rugi), telah diuraikan pada Bab Analisis dan Pembahasan Manajemen dalam Laporan Tahunan Perseroan.

Regarding the comparison of targets and realization of financial performance (revenue, profit and loss), this has been described in the Analysis and Management Discussion and Chapter in the Company's Annual Report.

PERBANDINGAN TARGET DAN KINERJA PORTOFOLIO, TARGET PEMBIAYAAN, ATAU INVESTASI PADA INSTRUMEN KEUANGAN ATAU PROYEK YANG SEJALAN DENGAN KEUANGAN BERKELANJUTAN [F.3]

COMPARISON OF PORTFOLIO TARGETS AND PERFORMANCE, FINANCING TARGETS, OR INVESTMENTS IN FINANCIAL INSTRUMENTS OR PROJECTS ALIGNED WITH SUSTAINABLE FINANCE

Selama tahun 2022, Perseroan tidak melakukan investasi dan memiliki proyek yang sejalan dengan prinsip keuangan berkelanjutan.

Throughout 2022, the Company did not make any investments and have projects that are in line with the principles of sustainable finance.

KINERJA SOSIAL

SOCIAL PERFORMANCE

PT Uni-Charm Indonesia Tbk senantiasa menunjukkan kepeduliannya terhadap masyarakat, tidak hanya melalui produk dan jasa yang diusung, tetapi juga melalui kontribusi sosial bagi masyarakat sekitar lingkungan Perseroan dan karyawan. Kepedulian ini kami nyatakan melalui berbagai program kemasyarakatan yang dituangkan dalam tujuan dan strategi yang terarah. Kami percaya program-program ini memberikan kontribusi positif pada masyarakat dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Di samping itu, melalui kegiatan-kegiatan ESG yang berhubungan dengan masyarakat dan sesuai dengan slogan perusahaan *Ethical Living for SDGs* dapat meningkatkan kesadaran karyawan bahwa pekerjaan mereka membawa dampak dalam perwujudan SDGs. Program-program ini juga meningkatkan citra dan reputasi Perseroan, memberi nilai tambah pada Perseroan dan membedakan dengan para pesaingnya.

PT Uni-Charm Indonesia Tbk consistently demonstrates its commitment for the community not only through the products and services it offers, but also through social contributions to the communities around the Company's environment and employees. We express this concern through various community programs that are outlined in targeted goals and strategies. We believe these programs make a positive contribution to society and improve people's welfare. In addition, through ESG activities that are related to the community and in accordance with the company slogan *Ethical Living for SDGs* can increase employee awareness of how their job affects the achievement of SDGs. These programs also enhance the Company's image and reputation, provide added value to the Company and differentiate it from its competitors.

KETENAGAKERJAAN

EMPLOYMENT

Kesetaraan Kesempatan Bekerja [F.18]

Perseroan memberikan kesempatan bekerja secara setara kepada seluruh karyawan yang bekerja di PT Uni-Charm Indonesia Tbk sesuai dengan kompetensi dan kapabilitas karyawan tanpa membedakan gender, suku, ras, agama, orientasi seksual, maupun hal lainnya yang tidak berkaitan dengan kadar profesionalisme seseorang.

Kesetaraan Kesempatan Bekerja

The Company provides equal work opportunities to all employees who work at PT Uni-Charm Indonesia Tbk in accordance with the competence and capabilities of employees without discriminating against gender, ethnicity, race, religion, sexual orientation, or other matters that are not related to a person's level of professionalism.

Pernyataan kesetaraan kesempatan bekerja dan/atau tidaknya tenaga kerja paksa dan tenaga kerja anak [F.18]

Perseroan senantiasa mematuhi peraturan perundang-undangan yang berlaku terkait ketenagakerjaan di Indonesia. Oleh sebab itu, Perseroan tidak memiliki tenaga kerja yang berada di bawah umur maupun yang dipekerjakan secara paksa. Hal ini tertuang dan dapat dipertanggungjawabkan melalui Peraturan Perusahaan (PP) yang ditandatangani oleh setiap karyawan sebelum bekerja di Perseroan.

Pernyataan kesetaraan kesempatan bekerja dan/atau tidaknya tenaga kerja paksa dan tenaga kerja anak

The Company always complies with the applicable laws and regulations regarding employment in Indonesia. Therefore, the Company does not have workers who are underage or forced to work. This is stated and can be accounted for through Company Regulations (PP) which are signed by each employee before working in the Company.

Komitmen Perseroan terkait kebijakan tersebut dibuktikan melalui keberagaman komposisi SDM yang telah disajikan di Laporan Keberlanjutan ini bab Profil Perusahaan halaman 40.

The Company's commitment to this policy is proven through the diversity of its HR composition which has been presented in this Sustainability Report chapter Company Profile page 40.

Upah Minimum Regional [F.20]

Perseroan menyadari bahwa sumber daya manusia merupakan aspek penting bagi keberlanjutan bisnis Perseroan. Oleh karenanya, Perseroan senantiasa memperhatikan kelayakan upah yang diterima oleh karyawan Perseroan. Setiap karyawan yang bekerja di Perseroan mendapatkan upah yang sesuai dengan upah minimum regional yang ditetapkan oleh Pemerintah Daerah.

Regional minimum wage

The Company realizes that human resources are an important aspect for the sustainability of its business. Therefore, the Company always pays attention to the eligibility of the wages received by the Company's employees. Every employee who works at the Company gets a wage that is in accordance with the regional minimum wage set by the Regional Government.



KINERJA KEBERLANJUTAN
SUSTAINABILITY PERFORMANCE

Wilayah Area	Upah Karyawan Tetap Terendah (Rp) Lowest Permanent Employee Wages (Rp)	Upah Minimum Regional (UMR) (Rp) Regional Minimum Wage (UMR) (Rp)	Rasio Upah Karyawan Tetap Terendah terhadap UMR Lowest Ratio of Permanent Employee Wages to UMR
Kantor Pusat - Jakarta Head Office	Rp5.522.408	Rp4.641.854	119%
Pabrik - Karawang Factory	Rp5.312.408	Rp4.798.312	111%
Pabrik - Ngoro Factory	Rp4.504.788	Rp4.504.788	100%
Seluruh Indonesia - Tim Sales All over Indonesia - Sales Team	Rp5.658.195		

Hak Cuti

Hak untuk cuti diberikan kepada seluruh karyawan Perseroan dengan ketentuan sebagai berikut.

1. Cuti tahunan, sekurang-kurangnya 12 hari kerja setelah karyawan yang bersangkutan bekerja selama 12 bulan secara terus-menerus; dan
2. Cuti Melahirkan, Karyawan Perseroan memiliki hak untuk mengajukan cuti melahirkan. Cuti melahirkan tidak akan mengurangi cuti tahunan dari karyawan. Terkait hak cuti melahirkan Perseroan memberikan hak kepada perempuan yang akan melahirkan selama 90 hari kalender dan kepada suami yang akan mendampingi proses melahirkan istrinya selama 2 hari. Selain cuti melahirkan, Perseroan juga memberikan hak cuti keguguran. Bagi karyawan wanita yang mengalami keguguran diberikan cuti sesuai surat rekomendasi dari dokter, sedangkan bagi karyawan laki-laki diberikan hak cuti selama 2 hari untuk mendampingi istrinya yang mengalami keguguran.

Lingkungan Bekerja yang Layak dan Aman

Perseroan senantiasa berkomitmen untuk menciptakan lingkungan bekerja yang layak dan aman bagi seluruh karyawannya. Hal ini dibuktikan dengan adanya fasilitas Kesehatan dan keamanan yang disediakan bagi karyawan selama di tempat kerja.

Izin Laktasi

Karyawan wanita yang masih dalam masa periode menyusui diberikan kesempatan untuk melakukan laktasi pada jam kerja. Durasi waktu untuk laktasi disesuaikan dengan peraturan yang telah ditetapkan, tanpa merugikan Perseroan maupun karyawan wanita yang bersangkutan.

Pelatihan dan Pengembangan Kemampuan Pegawai [F.22]

Perseroan menyediakan ruang bagi insan Perseroan untuk mengembangkan kompetensinya melalui pelatihan dan/atau Pendidikan yang disediakan oleh Perseroan baik yang diselenggarakan secara internal maupun secara eksternal. Rincian pelatihan dan pengembangan kemampuan pegawai dapat dilihat pada bab Profil Perusahaan sub bab pelatihan karyawan sepanjang 2022.

Kegiatan K3

Lingkungan kerja yang aman, nyaman, dan bebas kecelakaan kerja merupakan tujuan Perseroan. Oleh karena itu, Perseroan menetapkan kebijakan mendasar mengenai kesehatan dan keselamatan kerja (K3) dengan menyusun standar operasional prosedur (SPO) terkait K3 yang senantiasa dikembangkan dari waktu ke waktu demi mencapai tujuan nihil kecelakaan kerja. Perseroan senantiasa menyediakan berbagai fasilitas yang dapat menunjang kesehatan dan keselamatan kerja karyawan, seperti:

Leave Rights

Leave rights are given to all employees of the Company with the following conditions.

- a. Annual leave, of at least 12 working days after 12 months of continuous service; and
- b. Maternity Leave, Company employees have the right to apply for maternity leave. Maternity leave will not be deducted from the employee's annual leave. In terms of maternity leave, the Company provides rights to women who will give birth for 90 calendar days and to husbands who will accompany their wives during the birthing process for 2 days. In addition to maternity leave, the Company also provides miscarriage leave rights. Female employees who experience a miscarriage are given leave according to a letter of recommendation from a doctor, while male employees are given the right to leave for 2 days to accompany their wife who has had a miscarriage.

Decent and Safe Work Environment

The Company is always committed to creating a decent and safe working environment for all its employees. This is evidenced by the existence of health and safety facilities provided for employees while at work.

Lactation Permit

Female employees who are still in their breastfeeding period are given the opportunity to breastfeed during working hours. The duration of time for lactation is adjusted to the regulations that have been set, without harming the Company or the female employee concerned.

Employee Training and Competence Development

The Company provides space for the Company's personnel to develop their competencies through training and/or education provided by the Company, both internally and externally. Details of employee training and capacity development can be seen in the Company Profile chapter, employee training sub-chapter throughout 2022.

K3 activities

A safe, comfortable, and accident-free work environment is the goal of the Company. Therefore, the Company establishes a basic policy regarding occupational health and safety (K3) by developing standard operating procedures (SPO) related to OHS, which are continuously developed from time to time to achieve the goal of zero work accidents. The Company always provides various facilities that can support the health and safety of employees, such as:



1. Menyediakan sarana dan prasarana keselamatan kerja, baik di kantor pusat maupun di pabrik;
2. Merevitalisasi alat pemadam api ringan;
3. Melakukan inspeksi rutin terkait alat pelindung diri (APD) oleh Tim K3 Perseroan;
4. Menyediakan klinik kesehatan di pabrik;
5. Menyediakan asuransi BPJS Kesehatan; serta
6. Melakukan pemeriksaan kesehatan karyawan, khususnya karyawan pabrik, secara berkala.

1. Providing work safety facilities and infrastructure, both at the head office and at the factory;
2. Revitalize light fire extinguishers;
3. Carry out routine inspections related to personal protective equipment (PPE) by the Company's K3 Team;
4. Providing health clinics in factories;
5. Providing BPJS Health Insurance, as well as
6. Conduct regular health checks for employees, especially factory employees.

Agar implementasi K3 dapat berjalan efektif, Perseroan juga mengadakan kegiatan pelatihan berbasis kompetensi bagi personil keamanan yang dititikberatkan pada penguasaan kemampuan kerja, mencakup pengetahuan, keterampilan, dan sikap sesuai standar yang ditetapkan di tempat kerja guna meningkatkan pelayanan kepada pelanggan. Berikut ini adalah daftar kegiatan K3 yang telah diselenggarakan Perseroan selama tahun 2022, yaitu:

For the implementation of K3 to run effectively, the Company also conducts competency-based training activities for security personnel that are focused on mastery of work skills, including knowledge, skills, and attitudes according to standards set in the workplace in order to improve service to customers. The following is a list of K3 activities that have been held by the Company in 2022, namely:

Topik Kegiatan <i>Activity Topic</i>	Jenis Kegiatan <i>Activity Type</i>
<i>Training</i> KYT (Kiken Yochi Training) KYT Training (Kiken Yochi Training)	Prediksi Bahaya Hazard Prediction
<i>Training</i> P3K First aid training	Penanganan terhadap Korban kecelakaan / Sakit Handling of Victims of accidents / Sickness
Pelatihan Petugas DamKar (Pemadam Kebakaran) Training with Dam-Kar officer (Firefighters)	<i>Training</i> Dam-Kar Klas D dan C Class D and C Firefighter Training
Latihan Evakuasi Kebakaran Fire Evacuation Drill	Kesiapsiagaan Karyawan dalam menghadapi Bahaya Kebakaran dan melakukan Evakuasi sampai ke titik kumpul dalam menghadapi kondisi bahaya kebakaran ataupun bencana yang lainnya Preparedness of Employees in facing Fire Hazards and Evacuation to the gathering point in the face of fire hazard or other disasters
Pelatihan membuat HIRA (<i>Hazard Identifikasi Risk Assessment</i>) Making HIRA (Hazard Identification Risk Assessment) training	Karyawan dapat/mampu menganalisa/menilai risiko yang ada serta menentukan pengendaliannya Employees can/are able to analyze/assess existing risks and determine their controls
<i>Training</i> Damkar sertifikat Kementerian (Klas D+C) Ministry Certificate Firefighter Training (Class D+C)	Sertifikasi dari kementerian untuk petugas Dam-Kar Certification from the ministry for Dam-Kar officers
<i>Training</i> Auditor SMK3 SMK3 Auditor Training	Pelatihan untuk menjadi Auditor internal SMK3 Training to become an Internal Auditor for SMK3
<i>Training</i> Operasional Forklift Forklift Operational Training	Sertifikasi dari kementerian untuk Operator <i>Forklift</i> Kelas 2 (< 10 ton) Certification from the ministry for Class 2 Forklift Operators (< 10 tons)
KYT (Mingguan) Membaca potensi bahaya di tempat kerja KYT (Weekly) Read the potential hazards in the workplace	Pencegahan Kecelakaan Kerja Work Accident Prevention
<i>Training</i> karyawan baru (Dasar K3, KYT, 3S 3T, Dasar pengoperasian <i>forklift</i> , Bahaya Kebakaran, <i>Safety riding</i> , B3) New employee training (Basic K3, KYT, 3S 3T, Basic forklift operation, Fire Hazard, Safety riding, B3)	Pencegahan Kecelakaan Kerja dan Kebakaran Prevention of Work Accidents and Fires
Penanganan Kondisi Darurat (Kebakaran saat jam kerja) Handling of Emergency Conditions (Fire during working hours)	Penguatan kompetensi personil dalam penanganan kondisi darurat Strengthening personnel competence in handling emergency situations
Latihan penggunaan APAR dan HYDRANT Practice using APAR and HYDRANT	Penguatan kompetensi personil dalam penanganan kondisi darurat Strengthening personnel competence in handling emergency situations



KINERJA KEBERLANJUTAN
SUSTAINABILITY PERFORMANCE

Topik Kegiatan <i>Activity Topic</i>	Jenis Kegiatan <i>Activity Type</i>
Meningkatkan kepatuhan penerapan 3S3T Improving compliance with 3S3T implementation	Implementasi 3S3T 3S3T implementation
Sertifikasi Operator <i>Forklift</i> Forklift Operator Certification	Pemenuhan Ketentuan Undang – Undang Fulfillment of statutory provisions
Sertifikasi Operator <i>Hoist</i> Hoist Operator Certification	Pemenuhan Ketentuan Undang – Undang Fulfillment of statutory provisions
Sertifikasi PLB3 (<i>Management of Hazardous and Toxic Waste</i>) PLB3 (Management of Hazardous and Toxic Waste) Certification	Pemenuhan Ketentuan Undang – Undang Fulfillment of statutory provisions
<i>Training</i> Bulanan Monthly Training	<i>Training</i> Aturan Dasar <i>Safety</i> (Yubisashi Kosho, Hiuarihatto dan Contoh Aktivitas yang salah) Basic Safety Rules Training (Yubisashi Kosho, Hiuarihatto and Examples of Wrong Activities)
<i>Training</i> 6 Bulanan Training per 6 Months	<i>Training</i> Alat Pemadam Kebakaran Fire Extinguisher Training
<i>Training</i> Bulanan Monthly Training	<i>Training Safety</i> Penegasan Aktivitas Yubisashi Kosho Yubisashi Kosho Activity Affirmation Safety Training
<i>Training</i> 3 Bulanan Training per 3 Months	<i>Training Team</i> ERT P3K Training Team ERT P3K
<i>Training</i> 6 Bulanan Training per 6 Months	<i>Training</i> Latihan Evakuasi Evacuation Training
<i>Training</i> 6 Bulanan Training per 6 Months	<i>Training</i> Alat Pemadam Kebakaran Fire Extinguisher Training
<i>Training</i> 2 Bulanan Training per 2 Months	<i>Training</i> Klinik Clinical Training
<i>Training</i> Bulanan Monthly Training	<i>Training Safety</i> Pengecekan <i>Safety Device</i> Safety Training Checking Safety Device
<i>Training</i> Bulanan Monthly Training	<i>Training Safety</i> Pemahaman KYT KYT Understanding Safety Training
<i>Training</i> 3 Bulanan Training per 3 Months	<i>Training Team</i> ERT P3K Training Team ERT P3K

Pengaduan Dalam Hal Ketenagakerjaan

Salah satu upaya yang kami lakukan untuk mendukung hadirnya hubungan industrial yang kondusif antara Perseroan dengan semua karyawan adalah dengan membuka saluran komunikasi yang transparan terkait permasalahan atau kendala yang dihadapi oleh setiap karyawan di lingkungan kerja. Apabila di kemudian hari terjadi perselisihan antara Perseroan dan karyawan, maka Perseroan akan mengupayakan agar penyelesaian atas permasalahan tersebut dapat berakhir secara kekeluargaan atau musyawarah untuk mufakat, namun dengan tetap memperhatikan ketentuan yang berlaku di dalam Peraturan Perusahaan dan perundang-undangan yang berlaku.

Sepanjang tahun 2022, Perseroan tidak menerima pengaduan dari karyawan terkait masalah ketenagakerjaan.

Dampak Pelaksanaan Pengelolaan Sumber Daya Manusia

Dampak yang dirasakan Perseroan melalui pelaksanaan pengelolaan sumber daya manusia, yaitu:

1. Tingkat Perputaran Karyawan
Tingkat perputaran karyawan tahun 2022 tercatat sebesar 3,3% dari seluruh jumlah karyawan. Latar belakang yang memengaruhinya dijabarkan sebagai berikut.

Complaints in Employment Matters

One of the efforts we have made to support the presence of conducive industrial relations between the Company and all employees is to open a transparent communication channel regarding the problems or obstacles faced by each employee in the work environment. If in the future there is a dispute between the Company and its employees, the Company will endeavor to resolve the dispute amicably or by deliberation to reach a consensus, but with due observance of the provisions in force in the Company Regulations and applicable laws.

Throughout 2022, the Company did not receive complaints from employees regarding employment issues.

Impact of Implementation of Human Resource Management

The impact felt by the company as a result of the implementation of human resource management, specifically:

1. Employee Turnover Rate
The employee turnover rate in 2022 was recorded at 3,3% of the total number of employees. The background that influences it is described as follows.

Uraian Description	2022	2021	2020
Meninggal Dunia Death	5	6	0
Jumlah Karyawan yang Keluar Number of Leaving Employee	83	94	83
Jumlah Karyawan Total Employees	2.520	2.452	2.402
Tingkat Perputaran Karyawan (%) Employee Turnover Rate	3,3%	3,9%	3%

2. Tingkat Kecelakaan Kerja
Tingkat kecelakaan kerja Perseroan dalam 3 tahun terakhir diungkapkan sebagai berikut

2. Work Accident Rate
The Company's work accident rate in the last 3 years is disclosed as follows

No	Tingkat Kecelakaan Kerja Work Accident Rate	2022		2021		2020	
		Karyawan Employee*	Tenaga Kerja Non-Karyawan Non-employee Worker**	Karyawan Employee*	Tenaga Kerja Non-Karyawan Non-employee Worker**	Karyawan Employee*	Tenaga Kerja Non-Karyawan Non-employee Worker**
1.	Tingkat Frekuensi Frequency Rate	05.09	0	2.27	0	2.81	0
2.	Tingkat keparahan Severity Rate	151.17	0	3.68	0	3.46	0
3.	Tingkat Kecelakaan Incident Rate	1.18	0	0.75	0	0.49	0
4.	Rata-rata Waktu Hilang akibat Kecelakaan Average time lost injury (ATLR)	0.53	0	1.42	0	1.57	0
5.	Frekuensi Waktu Hilang akibat Kecelakaan Lost time injury frequency rates (LTIFR)	1.40	0	2.27	0	2.81	0

*) Karyawan adalah tenaga kerja yang direkrut oleh Perusahaan
Employees are workers recruited by the Company

**) Tenaga kerja non-karyawan adalah tenaga kerja yang direkrut melalui pihak ketiga/perusahaan outsourcing
Non-employee workers are workers recruited through third parties/outsourcing companies

Pengelolaan Dampak Operasi Bagi Masyarakat Sekitar [F.23]

Perseroan terus mengembangkan program kemasyarakatan seperti Pendidikan, Kesehatan, hingga lingkungan. Dampak positif program-program tersebut di antaranya adalah peningkatan kualitas sumber daya manusia (SDM) masyarakat sekitar, peningkatan kesejahteraan, dan perbaikan tingkat kesehatan masyarakat, antara lain, penyerapan tenaga kerja, dan peningkatan ekonomi masyarakat, sedangkan dampak

Management of Operational Impact on Surrounding Communities

The Company continues to develop community programs such as Education, Health, and the environment. The positive impacts of these programs include improving the quality of human resources (HR) in the surrounding community, increasing welfare, and improving the level of public health, among others, employment, and improving the community's economy, while positive impacts on social aspects include programs, product donations and



KINERJA KEBERLANJUTAN SUSTAINABILITY PERFORMANCE

positif pada aspek sosial diantaranya program, donasi produk dan lainnya. Di bidang lingkungan Perseroan turut menjaga bumi dari pemanasan global (*Global Warming*). Di sisi lain, kami juga mengidentifikasi potensi dampak negatif diantaranya aspek lingkungan. Perseroan mengelola dampak negatif operasi dengan melakukan pengurangan penggunaan, bahan kemasan plastik, bahan yang menggunakan minyak bumi, penggunaan air yang didaur ulang serta menggunakan listrik secara bijak.

Kami senantiasa meningkatkan dampak positif atas keberadaan Perseroan bagi masyarakat sekitar melalui berbagai program kemasyarakatan yang dituangkan dalam tujuan dan strategi yang terarah.

Penggunaan Tenaga Kerja Lokal

Tenaga kerja lokal didefinisikan sebagai tenaga kerja yang berasal dari wilayah-wilayah operasional Perseroan. Merekrut tenaga kerja lokal merupakan bentuk komitmen Perseroan dalam memberdayakan masyarakat setempat. Penempatan tenaga kerja lokal disesuaikan dengan keterampilan, posisi yang tersedia, dan kebutuhan karyawan. Pada tahun 2022, jumlah tenaga kerja lokal yang dipekerjakan mencapai lebih dari 50%.

Pengaduan Masyarakat [F.24]

Sepanjang tahun 2022, Perseroan tidak mendapatkan laporan pengaduan masyarakat terkait pelanggaran yang dilakukan oleh Perseroan terkait pelaksanaan pengembangan masyarakat.

Kegiatan Tanggung Jawab Sosial Lingkungan (TJSL) [F.25]

Kegiatan Tanggung Jawab Sosial Lingkungan (TJSL) Perseroan selama tahun 2022 telah diungkapkan pada Laporan Keberlanjutan bab Topik Kunci.

more. In the field of environment, the Company helps protect the earth from global warming (*Global Warming*). On the other side, we also note potential adverse effects, such as those on the environment. The Company minimizes the negative effects of operations by utilizing less plastic packaging and petroleum-based components, recycled water, and prudent power consumption.

We always increase the positive impact of the Company's existence on the surrounding community through various community programs that are set forth in targeted goals and strategies.

Use of Local Labor

Local workers are defined as workers who come from the Company's operational areas. Recruiting local workers is part of the Company's commitment to empowering local communities. Placement of local workers is adjusted to skills, available positions, and employee needs. In 2022, the number of local workers employed had reached more than 50%.

Community Complaints

Throughout 2022, the Company did not receive any reports of public complaints related to violations committed by the Company related to the implementation of community development

Social and Environmental Responsibility Activities

The Company's Environmental Social Responsibility (TJSL) activities for 2022 have been disclosed in the Key Topic chapter of the Sustainability Report.

KINERJA LINGKUNGAN ENVIRONMENTAL PERFORMANCE

Perseroan meyakini bahwa lingkungan hidup merupakan salah satu faktor utama yang berperan besar dalam menunjang keberlangsungan usaha Perseroan. Oleh karena itu, Perseroan harus memastikan bahwa kegiatan usahanya tidak berdampak negatif terhadap lingkungan. Kepedulian Perseroan terhadap aspek lingkungan hidup sejalan dengan amanah UU No. 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup.

The Company believes that the environment is one of the main factors that plays a major role in supporting the Company's business continuity. Therefore, the Company must ensure that its business activities do not have a negative impact on the environment. The Company's concern for environmental aspects is in line with the mandate of Law No. 32 of 2009 concerning Environmental Protection and Management.

BIAYA LINGKUNGAN HIDUP

ENVIRONMENTAL COSTS

Sepanjang tahun 2022, Perseroan mengalokasikan anggaran khusus untuk menjalankan kegiatan TJSJL di bidang lingkungan hidup sebesar Rp153.461,73 juta.

Throughout 2022, the Company allocates a special budget to carry out TJSJL activities in the environmental sector in the amount of Rp153,461.73 million.

PENGGUNAAN MATERIAL YANG RAMAH LINGKUNGAN

USE OF ENVIRONMENTALLY FRIENDLY MATERIALS

Perseroan secara bertahap mulai menggunakan beberapa material yang ramah lingkungan seperti kemasan kertas yang berasal dari 100% daur ulang *pulp*, penggunaan bahan plastik yang terbuat dari ampas tebu dll untuk berkontribusi pada pengurangan sampah plastik, maupun bahan yang berasal dari minyak bumi.

The company has gradually started using several environmentally friendly materials such as paper packaging which comes from 100% recycled pulp, the use of plastic materials made from bagasse etc. to contribute to reducing plastic waste, as well as materials derived from petroleum.

PENGGUNAAN DAN PENGELOLAAN ENERGI [F.6., F.7.]

ENERGY USE AND MANAGEMENT

Kegiatan operasional Perseroan sebagian besar menggunakan sumber energi listrik dan bahan bakar minyak (BBM) yang termasuk kategori energi tidak terbarukan dan untuk operasional lainnya menggunakan energi terbarukan secara bertahap menuju transformasi penggunaan energi terbarukan 100% hingga tahun 2030. Energi listrik digunakan untuk mengoperasikan peralatan elektronik, pencahayaan, maupun pendingin ruangan. Sementara itu, BBM solar digunakan untuk mengoperasikan genset (hanya jika diperlukan).

The majority of the Company's operating activities utilize electricity and fuel oil (BBM), both of which fall under the non-renewable energy category, while other operations progressively transition to utilizing 100% renewable energy until 2030. Electronic devices, lights, and air conditioning all run on electrical energy. Meanwhile, generators are run on diesel fuel (only when necessary).

JUMLAH DAN INTENSITAS ENERGI YANG DIGUNAKAN [F.6]

ENERGY USAGE AMOUNT AND INTENSITY

Pemakaian Energi Energy Usage

Uraian Description	Satuan Unit	2022	2021	2020
Listrik Electricity	Kwh	144.637.280	146.665.640	138.796.497
	Gj	52.069	52.799	49.966
Total Penggunaan Energi Total Energy Usage	Gj	52.069	52.799	49.966
Intensitas Energi terhadap Volume Produksi Energy Intensity to Production Volum	Gj/MT	0,24	0,25	0,26
Efisiensi Energi Operational Areas	Gj/MT	0,01	0,01	0,01



KINERJA KEBERLANJUTAN
SUSTAINABILITY PERFORMANCE

Upaya dan Pencapaian Efisiensi dan Penggunaan Energi Terbarukan [F.7]

Perseroan menyadari bahwa BBM yang berasal dari fosil semakin lama ketersediaannya di alam akan semakin menurun. Terkait hal ini Perseroan berkomitmen untuk menerapkan sejumlah inisiatif penghematan energi dalam aktivitas produksi maupun aktivitas pendukung untuk mengurangi tingkat konsumsi energi. Inisiatif yang telah Perseroan lakukan antara lain:

1. Efisiensi *Compressor*
2. Pasang Motion Sensor Lampu
3. Pemasangan PLTS di *Factory*
4. Penggantian lampu hemat energi

Efforts and Efficiency Achievement and Use of Renewable Energy

The company is aware that the longer fuel derived from fossils is extracted, the less available it is in nature. In this regard, the Company is committed to implementing a number of energy saving initiatives in production activities and supporting activities for reducing the level of energy consumption. Initiatives that have been carried out by the Company include:

1. Compressor Efficiency
2. Installing Motion Sensor Lights
3. Installing PLTS at the Factory
4. Replacement of energy-saving lamps

JUMLAH DAN INTENSITAS AIR YANG DIGUNAKAN [F.8]

ENERGY USAGE AMOUNT AND INTENSITY

Pemakaian Air
Water Usage

Uraian <i>Description</i>	Satuan <i>Unit</i>	2022	2021	2020
PDAM	Meter Kubik cubic meter	328,551	377,002	419,813

Upaya dan Pencapaian Efisiensi Air

Perseroan menjalankan kebijakan pengelolaan air limbah ditujukan untuk mengurangi dampak pencemaran lingkungan. Terkait hal ini, Perseroan telah memiliki instalasi pengolahan air limbah (IPAL) yang bertujuan untuk melakukan proses pengolahan air limbah menjadi air dengan kualitas yang memenuhi standar baku mutu lingkungan sebelum diarahkan ke pembuangan. Selain itu, Perseroan konsisten menerapkan berbagai program yang bertujuan untuk mengurangi konsumsi air, antara lain:

1. Memantau dan mengevaluasi penggunaan air secara berkala oleh departemen terkait;
2. Memperbaiki saluran air dengan segera apabila terdapat kebocoran;
3. Melakukan kampanye dan himbuan penghematan air;
4. Menggunakan kran air yang dapat menutup secara otomatis; serta
5. Mendaur ulang air hasil kondensasi produksi.

Water Efficiency Efforts and Achievements

The company implements a waste water management policy aimed at reducing the impact of environmental pollution. In this regard, the Company has a wastewater treatment plant (WWTP), which aims to process wastewater into water with quality that meets environmental quality standards before being directed to disposal. In addition, the Company consistently implements various programs aimed at reducing water consumption, including:

1. Monitor and evaluate the use of water on a regular basis by the relevant departments;
2. Immediate repair of water channels if there is a leak;
3. Conducting campaigns and appeals to save water;
4. Using a water faucet that can close automatically; as well as
5. Recycling water from condensed production.

Pengelolaan Emisi

Salah satu pemicu terjadinya pemanasan global dan perubahan iklim adalah emisi gas rumah kaca (GRK). Perseroan menghasilkan emisi antara lain dari penggunaan listrik dan bahan bakar minyak (BBM Solar) dalam proses produksi. Oleh karena itu, Perseroan berkomitmen untuk mengelola emisi dengan baik. Dalam laporan ini, emisi yang dilaporkan adalah emisi GRK langsung (cakupan 1) yang dihasilkan dari penggunaan BBM Solar, emisi GRK (cakupan 2) tidak langsung yang bersumber dari penggunaan listrik, serta emisi GRK (cakupan 3) tidak langsung lainnya yang bersumber dari perjalanan dinas dengan pesawat terbang. Sebagian besar emisi yang dihasilkan, baik cakupan 1, cakupan 2, maupun cakupan 3 berupa karbon dioksida (CO₂).

Emission Management

One of the triggers for global warming and climate change is greenhouse gas (GHG) emissions. The company produces emissions, among others, from the use of electricity and fuel oil (diesel fuel) in the production process. Therefore, the Company is committed to managing emissions properly. In this report, the emissions reported are direct (scope 1) GHG emissions resulting from the use of diesel fuel, indirect (scope 2) GHG emissions from the use of electricity, and other indirect (scope 3) GHG emissions from travel services by airplane. Most of the emissions produced in scope 1, scope 2, and scope 3 are carbon dioxide (CO₂).

JUMLAH DAN INTENSITAS EMISI YANG DIHASILKAN BERDASARKAN JENISNYA [F.11]

EMISSION AMOUNT AND INTENSITY PRODUCED BY TYPE

Jumlah dan Intensitas Emisi GRK (Cakupan 1)

Untuk menghitung emisi GRK (cakupan 1) langsung, metode yang dipakai di Indonesia dan negara-negara berkembang adalah IPCC-2006. Berdasarkan perhitungan tersebut, emisi GRK (cakupan 1) selama 3 tahun terakhir diuraikan sebagai berikut.

Amount and Intensity of GHG Emissions (Scope 1)

To calculate direct (scope 1) GHG emissions, the method used in Indonesia and developing countries is IPCC-2006. Based on these calculations, GHG emissions (scope 1) for the last 3 years are described as follows.

Sumber Emisi GRK <i>Sources of GHG Emissions</i>	Konsumsi Energi dalam Tj <i>Energy Consumption in Tj</i>			Faktor Emisi Default IPCC (kgCO ₂ /Tj) <i>IPCC Default Emission Factor (kgCO₂/Tj)</i>	Emisi GRK yang dihasilkan <i>GHG emissions Generated</i>		
	2022	2021	2020		2022	2021	2020
Listrik Electricity	144.637.280	146.665.640	138.796.497	0,892	129.016.453	130.825.750	129.635.928

Berdasarkan data emisi di atas, Perseroan menghitung intensitas emisi dengan cara membandingkan emisi yang dihasilkan dengan volume produksi. Semakin rendah nilai intensitas emisi, hal itu menunjukkan semakin kecil potensi pencemaran udara. Informasi lebih lengkap disajikan sebagai berikut.

The Company determines emission intensity based on the emission statistics by comparing the generated emissions with production volume. The lower the emission intensity rating, the lesser the risk of air pollution. More detailed information is provided below.

Uraian <i>Description</i>	Satuan <i>Unit</i>	2022	2021	2020
Nilai Emisi Emission Value	kgCO ₂ eq	129.016.453	130.825.750	129.635.928
Total Produksi Total Production	MT	217.412.920	209.751.196	190.034.676
Intensitas Emisi Emission Intensity	kgCO ₂ eq/MT	0,59	0,62	0,68
Efisiensi Emisi Emission Efficiency	kgCO ₂ eq/MT	0,03	0,06	0



KINERJA KEBERLANJUTAN
SUSTAINABILITY PERFORMANCE

Jumlah dan Intensitas Emisi GRK (Cakupan 2)

Emisi GRK (cakupan 2) tidak langsung bersumber dari penggunaan energi dari luar, berupa listrik. Perhitungan emisi GRK (cakupan 2) diperoleh dengan mengalikan konsumsi listrik (dalam KWH per tahun) dengan average grid emission factor yang dikeluarkan Kementerian ESDM merujuk Rencana Usaha Penyediaan Tenaga Listrik (RUPTL) PLN 2015-2024, yaitu sebesar 0,934 kgCO₂/Kwh (GRI 2017). Berdasarkan perhitungan tersebut, emisi GRK (cakupan 2) selama 3 tahun terakhir diuraikan sebagai berikut.

Amount and Intensity of GHG Emissions (Scope 2)

GHG emissions (scope 2) do not come directly from the use of external energy in the form of electricity. Calculation of GHG emissions (scope 2) is obtained by multiplying electricity consumption (in KWH per year) with the average grid emission factor issued by the Ministry of Energy and Mineral Resources referring to PLN's 2015–2024 Electricity Supply Business Plan (RUPTL), which is 0.934 kgCO₂/Kwh (GRI 2017). Based on these calculations, GHG emissions (scope 2) for the past 3 years are described as follows.

Sumber Emisi GRK <i>Sources of GHG Emissions</i>	Konsumsi Energi dalam Kwh <i>Energy Consumption in Kwh</i>			Faktor Emisi Kementerian ESDM Merujuk RUPTL PLN 2015 – 2024 (kgCO ₂ /Kwh) <i>Ministry of Energy and Mineral Resources Emission Factor Refers to RUPTL PLN 2015 – 2024 (kgCO₂/Kwh)</i>	Emisi GRK yang dihasilkan <i>GHG emissions Generated</i>		
	2022	2021	2020		2022	2021	2020
Listrik <i>Electricity</i>	144.637.280	146.665.640	138.796.497	0,934	135.091.219,52	136.985.707,8	129.635.928,20

Berdasarkan data emisi di atas, Perseroan menghitung intensitas emisi dengan cara membandingkan emisi yang dihasilkan dengan volume produksi. Semakin rendah nilai intensitas emisi, hal itu menunjukkan semakin kecil potensi pencemaran udara. Informasi lebih lengkap disajikan sebagai berikut.

The Company determines emission intensity based on the aforementioned emission statistics by comparing the generated emissions with production volume. The lower the emission intensity rating, the lesser the risk of air pollution. More detailed information is provided below:

Uraian <i>Description</i>	Satuan <i>Unit</i>	2022	2021	2020
Nilai Emisi <i>Emission Value</i>	kgCO ₂ eq	135.091.220	136.985.707,76	129.635.928,20
Total Produksi <i>Total Production</i>	MT	217.412.920	209.751.196	190.034.676
Intensitas Emisi <i>Emission Intensity</i>	kgCO ₂ eq/MT	0,62	0,65	0,68
Efisiensi Emisi <i>Emission Efficiency</i>	kgCO ₂ eq/MT	0,03	0,03	0

Upaya dan Pencapaian Pengurangan Emisi yang Dilakukan [F.12]

Perseroan berkomitmen secara berkelanjutan untuk mengendalikan emisi semaksimal mungkin sesuai dengan peraturan perundangan-undangan yang berlaku melalui serangkaian kegiatan dan inovasi. Inisiatif yang telah Perseroan lakukan antara lain:

1. Menyediakan ruangan khusus merokok;
2. Melakukan uji emisi kendaraan sesuai dengan waktu yang ditentukan;
3. Melakukan uji emisi cerobong asap; serta
4. Menerapkan *Emission Control System* (ECS).

Emission Reduction Efforts and Achievements

The Company is committed to continuously controlling emissions as much as possible in accordance with applicable laws and regulations through a series of activities and innovations. Initiatives that have been carried out by the Company include:

1. Provide a designated smoking room;
2. Carry out vehicle emission tests according to the specified time;
3. Carry out a chimney emission test; as well as
4. Implementing an *Emission Control System* (ECS).

PENGOLAHAN LIMBAH

WASTE TREATMENT

Mekanisme Pengelolaan Limbah dan Efluen [F.14]

Perseroan menghasilkan limbah yang bersumber dari kegiatan administratif perkantoran maupun kegiatan proses produksi. Limbah yang dihasilkan mencakup limbah bahan beracun dan berbahaya (limbah B3) dan limbah non-B3. Untuk mencegah dampak negatif terhadap kelestarian lingkungan, seluruh limbah yang dihasilkan harus dikelola, hal ini juga merupakan salah satu kewajiban perusahaan yang diatur dalam peraturan perundangan.

Sepanjang tahun 2022, Perseroan telah menghasilkan Limbah B3 yang terbagi atas 2 (dua) yaitu Solid yang mencapai 81.335,46 kg. Sedangkan Non Solid mencapai 2.274,00 liter. Seluruh limbah merupakan limbah yang dihasilkan dari proses produksi. Pengelolaan limbah tersebut dilakukan melalui kerja sama dengan pihak ketiga yang memiliki izin pemanfaatan untuk memanfaatkan limbah. Perseroan senantiasa memastikan bahwa kandungan dari efluen berada di bawah batas yang telah ditetapkan pemerintah sebelum dialirkan ke saluran drainase kota. Perseroan selalu mengikuti peraturan perundang-undangan yang berlaku di masing-masing lokasi pabrik dalam setiap proses pengelolaan limbah. Secara berkala, Perseroan melakukan pengukuran kandungan efluen sebagaimana ditunjukkan berikut.

Pengelolaan Limbah

Pengelolaan atas seluruh limbah yang dihasilkan Perseroan dilakukan oleh pihak ketiga yang telah memiliki sertifikasi dan izin pengolahan limbah. Sedangkan, efluen dikelola oleh Perseroan melalui pemasangan instalasi pengolahan air limbah (IPAL).

Tumpahan yang Terjadi [F.15]

Selama tahun 2022, tidak terjadi tumpahan atau kebocoran limbah B3 di seluruh wilayah operasional Perseroan. Hal ini disebabkan Perseroan tidak menghasilkan limbah yang berbahaya maupun beracun sehingga potensi tumpahan limbah tidak dapat terjadi.

Sertifikasi di Bidang Lingkungan Hidup

Perseroan memiliki sertifikasi di bidang lingkungan hidup, sebagai berikut:

1. ISO 14000
2. PEFC
3. Peka Kelola
4. PROPER – Factory 3 Biru

Dampak dari Wilayah Operasional yang Dekat atau Berada di Daerah Konservasi atau Memiliki Keanekaragaman Hayati [F.9]

Kegiatan bisnis serta wilayah operasional Perseroan tidak berada di daerah konservasi ataupun memiliki keanekaragaman hayati.

Usaha Konservasi Keanekaragaman Hayati [F.10]

Sepanjang tahun 2022, Perseroan tidak melakukan usaha konservasi keanekaragaman hayati, hal ini disebabkan oleh wilayah Perseroan tidak berada di daerah konservasi atau memiliki keanekaragaman hayati.

Waste and Effluent Management Mechanism

The company produces waste originating from office administrative activities and production process activities. The waste generated includes toxic and hazardous waste (B3 waste) and non-B3 waste. To prevent negative impacts on environmental sustainability, all waste generated must be managed, this is also one of the company's obligations regulated by laws and regulations.

Throughout 2022, the Company has generated B3 Waste which is divided into 2 (two), namely Solid which reaches 81,335.46 kg. While Non-Solid reached 2,274.00 liters. All waste is waste generated from the production process. Waste management is carried out in collaboration with third parties that have utilization permits to utilize waste. The company always ensures that the content of the effluent is below the limit set by the government before it is channelled into the city's drainage channels. The Company always follows the laws and regulations that apply in each factory location in every waste management process. Periodically, the Company measures the effluent content as shown below.

Waste Management

The management of all waste generated by the Company is carried out by third parties who already have certification and permits for waste processing. Meanwhile, the effluent is managed by the Company through the installation of a waste water treatment plant (IPAL).

Spills That Occured

The management of B3 solid waste is carried out by a third party that already has a B3 waste processing permit and certification. Likewise, non-B3 solid waste is managed by third parties. Meanwhile, the effluent is managed by the Company through the installation of a wastewater treatment plant (WWTP).

Certification in the Environmental Sector

The Company has certifications in the environmental sector, as follows:

1. ISO 14000
2. PEFC
3. Peka Kelola
4. PROPER – Factory 3 Biru

Impacts from Operational Areas that are Near or Located in Conservation Areas or Have Biodiversity

The Company's business activities and operational areas are not located in conservation areas or contain biodiversity.

Biodiversity Conservation Efforts

Throughout 2022, the Company will not carry out any efforts to conserve biodiversity, this is since the Company's territory is not in a conservation area or has biodiversity.



KINERJA KEBERLANJUTAN
SUSTAINABILITY PERFORMANCE

Jumlah dan Materi Pengaduan Lingkungan Hidup yang Diterima dan Diselesaikan [F.16]

Hingga 31 Desember 2022, Perseroan tidak menerima adanya pengaduan lingkungan hidup yang disebabkan oleh adanya aktivitas bisnis di Perseroan.

Number and Environmental Complaints Materials Received and Resolved

Until December 31, 2022, the Company did not receive any environmental complaints caused by business activities within the Company.

TANGGUNG JAWAB PENGEMBANGAN PRODUK/JASA BERKELANJUTAN

SUSTAINABLE PRODUCT/SERVICE DEVELOPMENT RESPONSIBILITY

INFORMASI PRODUK DAN JASA

PRODUCT AND SERVICE INFORMATION

Perseroan menyediakan informasi yang komprehensif mengenai produk yang dihasilkan melalui situs web milik Perseroan di <http://www.unicharm.co.id/index.html> Informasi tersebut senantiasa diperbaharui sesuai dengan kebutuhan Perseroan, untuk informasi lebih lanjut terkait masing-masing produk Perseroan adalah sebagai berikut:

The Company provides comprehensive information regarding the products produced through the Company's website at <http://www.unicharm.co.id/index.html> This information is constantly updated according to the needs of the Company, for further information regarding each of the Company's products is as follows:

Merek Brand	Website & Social Media Situs Web & Media Sosial
Mamy Poko	Link Brandsite : https://id.mamypoko.com/id/home.html Link SNS : https://www.instagram.com/mamypokoid/
Charm	Link Brandsite : https://www.charm.co.id/id/home.html Link SNS : https://instagram.com/charmidx?id=YWVjMmZiZjg=
Fitti	Link SNS : https://www.instagram.com/fittiid/
Lifree	Link Brandsite : https://id.lifree.com/id/home.html Instagram: lifree_mengertiorangtua Facebook: Mengerti Orang Tua
Certainty	Link SNS : https://www.instagram.com/certainty_officialid/
Unicharm Pet	Link SNS : https://www.instagram.com/unicharmpet_id/?hl=en

Inovasi dan Pengembangan Produk/Jasa Keuangan Berkelanjutan [F.26]

Selama Tahun Buku, Perseroan telah melakukan beberapa inovasi pada produk terutama produk dengan kemasan ramah lingkungan, perbaikan mutu baik kualitas maupun terkait pengembangan layanan Perusahaan untuk mendukung Tujuan Pembangunan Berkelanjutan - TPB (Sustainable Development Goals/SDGs).

Innovation and Development of Sustainable Financial Products/ Services

During the Financial Year, the Company has carried out several innovations in products, especially products with environmentally friendly packaging, quality improvements both related to the development of Company services to support the Sustainable Development Goals - TPB (Sustainable Development Goals/ SDGs).



Produk/Jasa yang Sudah Dievaluasi Keamanannya bagi Pelanggan [F.27]

Perseroan senantiasa berkomitmen untuk menawarkan produk/jasa yang aman dan berkualitas kepada para pelanggannya. Produk yang ditawarkan perseroan merupakan produk/jasa yang telah memiliki standar keselamatan dan Kesehatan. Tahap perizinan dan sertifikasi telah dilaksanakan dengan memastikan keamanan pelanggan.

Dampak Produk/Jasa [F.28]

Perseroan telah melakukan penilaian pada semua produk/jasa yang didistribusikan dan dijual kepada pelanggan. Dalam setiap produk/jasa yang dihasilkan oleh Perseroan, efek samping yang mungkin timbul senantiasa diinformasikan kepada pelanggan secara transparan.

Jumlah produk/jasa yang Ditarik Kembali [F.29]

Pada tahun 2022, tidak terdapat penarikan produk/jasa yang dihasilkan oleh Perseroan akibat komponen yang bermasalah. Perseroan senantiasa melakukan antisipasi dan tindakan yang memadai untuk memastikan pelanggan tidak dirugikan.

Survei Kepuasan Pelanggan Terhadap Produk dan/atau Jasa Keuangan Berkelanjutan [F.30]

Perseroan secara berkala melakukan pengukuran kepuasan pelanggan dalam rangka mengetahui penilaian dari pelanggan atas produk yang diterima dan pelayanan dari *team technical sales*. Survei dilakukan melalui pengisian angket. Hasil pengukuran tersebut akan menjadi masukan bagi Perseroan untuk dapat terus meningkatkan kemampuan dalam memberikan produk dan layanan terbaik bagi pelanggan.

Survey Pelayanan Pelanggan secara Keseluruhan

Hingga akhir tahun 2022, tingkat kepuasan pelanggan mencapai lebih dari 90%

Penanganan Pengaduan Pelanggan

Penanggulangan keluhan dan aduan terkait produk Perseroan dapat disampaikan kepada *Customer Service* melalui:
Telepon bebas pulsa: 0-800-1522-822
Email: customer@unicharm.co.id

Menjalin Hubungan yang Baik dengan Mitra Usaha

Menjaga hubungan yang baik dengan mitra usaha dilakukan Perseroan dalam rangka mewujudkan pengadaan barang dan jasa yang efisien, efektif, transparan, bersaing, adil, dan wajar. Dengan demikian, Perseroan dapat memperoleh barang dan jasa yang sesuai persyaratan teknis yang diharapkan. Jumlah pemasok yang terlibat dalam memenuhi kebutuhan operasional Perseroan dalam kurun waktu 3 tahun terakhir diuraikan sebagai berikut.

Certification in the Environmental Sector

The Company is always committed to offering safe and quality products/services to its customers. The products offered by the company are products/services that already have safety and health standards. The licensing and certification stages have been carried out to ensure customer safety.

Product/Service Impact

The Company has assessed all products/services distributed and sold to customers. In every product/service produced by the Company, side effects that may arise are always informed to customers in a transparent manner.

Number of products/services recalled

In 2022, there will be no product/service recalls produced by the Company due to problematic components. The Company always takes adequate anticipation and action to ensure that customers are not harmed.

Customer Satisfaction Survey on Sustainable Financial Products and/or Services

The Company regularly assesses customer satisfaction to measure customers rating about the items they have purchased as well as the services provided by the technical sales team. The survey was conducted by filling out a questionnaire. The results of these measurements will be feedback for the Company to keep enhancing its capacity to provide customers with the best products and services.

Overall Customer Service Survey

Until the end of 2022, the customer satisfaction rate will reach more than 90%

Customers Complaints Handling

Complaints Handling and complaints related to the Company's products can be submitted to the Customer Service through:
Toll-Free Numbers: 0-800-1522-822
Email: customer@unicharm.co.id

Establish Good Relations with Business Partners

Maintaining good relations with the Company's business partners in order to realize efficient, effective, transparent, competitive, fair and reasonable procurement of goods and services. Thus, the Company can obtain goods and services in accordance with the expected technical requirements. The number of suppliers involved in meeting the operational needs of the Company in the last 3 years is described as follows.



KINERJA KEBERLANJUTAN
SUSTAINABILITY PERFORMANCE

Proporsi pengeluaran untuk pemasok lokal

Proportion of expenses for local suppliers

Pemasok Supplier	2022				2021				2020			
	Pengadaan Barang Goods Procurement		Pengadaan Jasa Service Procurement		Pengadaan Barang Goods Procurement		Pengadaan Jasa Service Procurement		Pengadaan Barang Goods Procurement		Pengadaan Jasa Service Procurement	
	Jumlah Pemasok Number of Suppliers	%	Jumlah Pemasok Number of Suppliers	%	Jumlah Pemasok Number of Suppliers	%	Jumlah Pemasok Number of Suppliers	%	Jumlah Pemasok Number of Suppliers	%	Jumlah Pemasok Number of Suppliers	%
Perusahaan Lokal Local Company	35	59%	1	100%	38	57.58%	1	100.00%	36	59%	1	100.00%
Perusahaan Non-Lokal Non-Local Companies	24	41%	0	0%	28	42.42%	0	0.00%	25	41%	0	0.00%
Jumlah Total	59	100%	1	100%	66	100.00%	1	100.00%	61	100%	1	100.00%

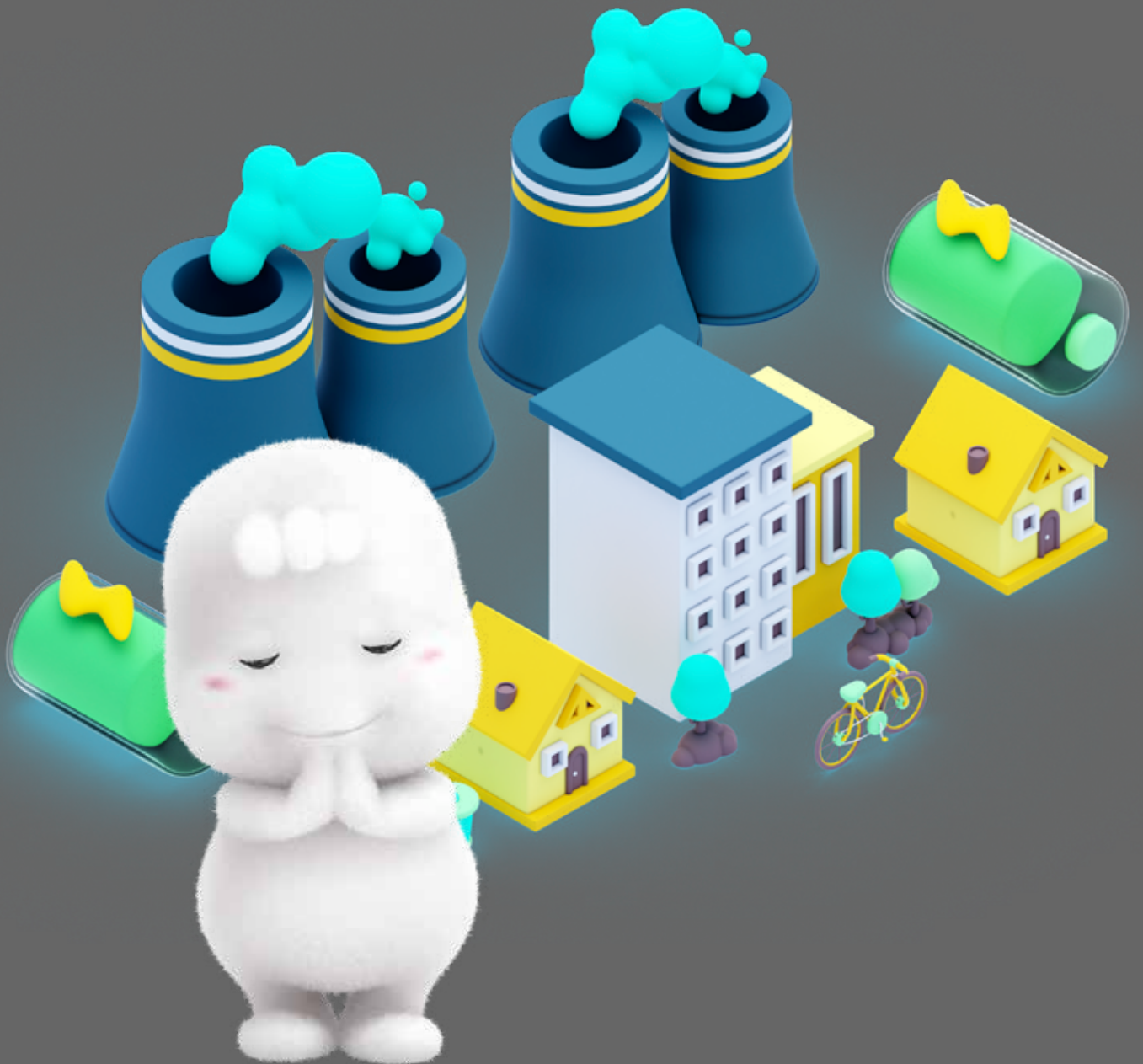
Proporsi Jumlah Pengeluaran untuk Pemasok Lokal

Proportion of Total Spending for Local Suppliers

Pemasok Supplier	2022		2021		2020	
	Realisasi (Juta Rp) Realization (Million Rp)	%	Realisasi (Juta Rp) Realization (Million Rp)	%	Realisasi (Juta Rp) Realization (Million Rp)	%
Perusahaan Lokal Local Company	4,109,898	62.33%	4,109,898	62%	4,109,898	70%
Perusahaan Non-Lokal Non-Local Companies	2,483,627	37.67%	2,441,641	38%	1,532,736	30%
Jumlah Total	6,593,526	100.00%	6,432,175	100%	5,029,008	100%

LAIN-LAIN

OTHERS



LEMBAR PENGESAHAN

APPROVAL SHEET

Kami yang bertanda tangan di bawah ini, menyatakan bahwa semua informasi dalam Laporan Keberlanjutan PT Uni-Charm Indonesia Tbk tahun 2022 telah dimuat secara lengkap dan bertanggung jawab penuh atas kebenaran isi Laporan Tahunan perusahaan. Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya.

We, the undersigned state that all information in the Sustainability Report of PT Uni-Charm Indonesia Tbk for the year 2022 are presented in its entirety and we are fully responsible for the correctness of the contents in the Annual Report of the Company. This statement is here by made in all truthfulness.

Dewan Komisaris

Board of Commissioners



Takashi Kan
Komisaris Utama
President Commissioners



Kohei Yoshida
Komisaris
Commissioners



Hendra Jaya Kosasih
Komisaris
Commissioners



Ubaidillah Nugraha
Komisaris Independen
Independent Commissioner



Suryamin Halim
Komisaris Independen
Independent Commissioner

Direksi

Board of Directors



Yuji Ishii
Presiden Direktur
President Director



Junichiro Onishi
Direktur
Director



Sri Haryani
Direktur
Director



Kurniawan Yuwono
Direktur
Director



LEMBAR UMPAN BALIK FEEDBACK SHEET

Kami meminta partisipasi kepada para pemangku kepentingan untuk memberikan umpan balik melalui email atau mengirim formulir ini melalui fax/pos, setelah membaca Laporan Keberlanjutan PT Uni-Charm Indonesia Tbk ini.

We request the participation of stakeholders to provide feedback via email or send this form via fax/mail, after reading the Sustainability Report of PT Uni-Charm Indonesia Tbk

Pertanyaan <i>Question</i>	Setuju <i>Agree</i>	Tidak Setuju <i>Disagree</i>
Laporan ini telah memberikan informasi yang bermanfaat mengenai kinerja ekonomi. / This report has provided useful information regarding economic performance.		
Data dan informasi yang diungkapkan mudah dipahami, lengkap, transparan, dan berimbang. / Data and information presented is easy to understand, complete, transparent, and balanced.		
Data dan informasi yang disajikan berguna dalam pengambilan keputusan. / Data and information provided are useful for decision-making.		
Laporan ini menarik dan mudah dibaca. / This report is engaging and easy to read.		

* Ceklis salah satu. / Check one

Mohon berikan nilai mengenai komponen yang terdapat dalam laporan ini (nilai 1: paling penting, 2: penting, 3: tidak penting, 4: sangat tidak penting).

Please rate the components in this report (1: most important, 2: important, 3: not important, 4: very unimportant).

	Kinerja Ekonomi / Economic Performance
	Produk dan Layanan / Products and Services
	Kode Etik / Code of Ethics
	Ketenagakerjaan / Employment
	Kesehatan dan Keselamatan Kerja / Health and Safety at Work

	Pengembangan Sosial dan Masyarakat / Social and Community Development
	Kepuasan Pelanggan / Customer Satisfaction
	Penggunaan Energi / Energy Usage

* Diisi pada kolom sebelah kiri. / To be filled in the left column.

Mohon berikan komentar/saran/usulan bagi laporan ini. / Please provide comments/suggestions/recommendations for this report.



**LAIN-LAIN
OTHERS**

Profil <i>Profile</i>	
Nama / Name	
Pekerjaan / Job	
Institusi/Perusahaan / Intitution/Company	
Kontak (telepon/e-mail) / Contact (Phone/e-mail)	

Kategori Pemangku Kepentingan / Category of Stakeholders						
	Pemerintah / Government		Pelanggan / Consumer		Karyawan / Employee	Mitra Kerja / Work Partners
	Media / Media		Masyarakat / Public		LSM / NGO	Lain-Lain, Others, ...

* Ceklis salah satu. / Check one

Saran yang diberikan dapat dikirimkan kepada / Suggestions can be sent to:

Sekretaris Perusahaan / Corporate Secretary	Vikry Akmadi PT Uni-Charm Indonesia Tbk Sinarmas MSIG Tower lantai 42 Jl. Jend Sudirman Kav 21, Karet Setiabudi, Jakarta Selatan 12920	
Telp: (021) 29189191 Fax: (021) 29189191	<i>Email:</i> corporate-secretary@unicharm.co.id	<i>Situs web / Website :</i> www.unicharm.co.id

DAFTAR PENGUNGKAPAN KRITERIA SURAT EDARAN OTORITAS JASA KEUANGAN NO. 16/SEOJK.04/2021

LIST OF DISCLOSURE CRITERIA FINANCIAL SERVICES AUTHORITY REGULATION NO. 16/SEOJK.04/2021

No. Indeks	Uraian Description	Halaman Pages
Strategi Keberlanjutan / Sustainability Strategy Explanation		
A.1	Penjelasan Strategi Berkelanjutan / Sustainability Strategy Explanation	37
Ikhtisar Kinerja Berkelanjutan / Sustainability Aspect Performance Overview		
B.1	Ikhtisar Kinerja Ekonomi / Economic Aspect	33
	a. Kuantitas produksi atau jasa yang dijual;/ The quantity of production or services sold;	33
	b. Pendapatan atau penjualan;/ Revenue or sales;	33
	c. Laba atau rugi bersih;/ Net profit or loss;	33
	d. Produk ramah lingkungan; dan/ Environmentally friendly products; and	33
	e. Pelibatan pihak lokal yang berkaitan dengan proses bisnis Keuangan Berkelanjutan./ Engage local parties related to the Sustainable Finance business process.	
B.2	Ikhtisar Kinerja Lingkungan Hidup / Environmental Aspect	
	a. Penggunaan energi;/ Energy usage;	34
	b. Pengurangan emisi yang dihasilkan;/ Reducing the resulting emissions;	34
	c. Pengurangan limbah dan efluen; dan/ Waste and effluent reduction; and	34
	d. Pelestarian keanekaragaman hayati./ Conservation of biodiversity	34
B.3	Ikhtisar Kinerja Sosial / Social Aspect	35
Profil Perusahaan / Company profile		
C.1	Visi, Misi, dan Nilai Berkelanjutan / Vision, Mission and Sustainability Values	
C.2	Alamat Perusahaan / Company's address	7
C.3	Skala Perusahaan / Company's Scale	46
	a. Total aset atau kapitalisasi aset dan total kewajiban;/ Total assets or asset capitalization and total obligation;	
	b. Jumlah karyawan menurut jenis kelamin, jabatan, usia, pendidikan, dan status ketenagakerjaan/ Number of employees by gender, position, age, education, and employment status	42
	c. Nama Pemegang Saham dan persentase kepemilikan saham; dan/ Shareholder name and percentage of share ownership; and	42
	d. Wilayah operasional./ Operational area.	42
C.4	Produk, Layanan, dan Kegiatan Usaha yang Dijalankan / Products, Services and Business Activities that Run	42
C.5	Keanggotaan pada Asosiasi / Membership of the Association	
C.6	Perubahan Organisasi Bersifat Signifikan / Issuer and Company Change Significant Public	47
Penjelasan Direksi / Director's Explanation		
D.1	Penjelasan Direksi / Director's Explanation	
	a. Kebijakan untuk merespon tantangan dalam pemenuhan strategi keberlanjutan/ Policy for responding to challenges in the fulfillment of sustainability strategy	11



LAIN-LAIN
OTHERS

No. Indeks	Uraian Description	Halaman Pages
	b. Penerapan Keuangan Berkelanjutan/ Implementation of Sustainable Finance	11
	c. Strategi pencapaian target/ Target achievement strategy	11
Tata Kelola Berkelanjutan / Sustainability Governance		
E.1	Penanggung Jawab Penerapan Keuangan Berkelanjutan / Responsible for the Implementation of Sustainable Finance	
E.2	Pengembangan Kompetensi terkait Keuangan Berkelanjutan / Competency Development Related to Sustainable Finance	61
E.3	Penilaian Risiko atas Penerapan Keuangan Berkelanjutan / Risk Assessment on the Implementation of Sustainable Finance	68
E.4	Hubungan dengan Pemangku Kepentingan / Stakeholder Relations	68
E.5	Permasalahan terhadap Penerapan Keuangan Berkelanjutan / Problems with Implementation Sustainable Finance	71
Kinerja Berkelanjutan / Sustainability Performance		72
F.1	Kegiatan Membangun Budaya Berkelanjutan / Activities to Build a Culture of Sustainability	
Kinerja Ekonomi / Economic Performance		62
F.2	Perbandingan Target dan Kinerja Produksi, Portofolio, Target Pembiayaan, atau Investasi, Pendapatan dan Laba Rugi / Comparison of Production Target and Performance, Portfolio, Financing Target, or Investment, Income and Profit and Loss	
F.3	Perbandingan Target dan Kinerja Portofolio, Target Pembiayaan, atau Investasi pada Instrumen Keuangan atau Proyek yang Sejalan dengan Keuangan Berkelanjutan / Comparison of Targets and Portfolio Performance, Target Financing, or Investment in Financial Instruments or Financially Compatible Projects Sustainable	99
Kinerja Lingkungan / Environmental Performance		100
Umum / General		
F.4	Biaya Lingkungan Hidup / Environmental Cost	
Aspek Material / Material Aspect		107
F.5	Penggunaan Material yang Ramah Lingkungan / Use of Environmentally Friendly Materials	
Aspek Energi / Energy Aspect		107
F.6	Jumlah dan Intensitas Energi yang Digunakan / Amount and Intensity of Energy Used	
F.7	Upaya dan Pencapaian Efisiensi Energi dan Penggunaan Energi Terbarukan / Efforts and Achievements of Energy Efficiency and Use of Renewable Energy	107
Aspek Air / Water Aspect		108
F.8	Penggunaan Air / Water usage	
Aspek Keanekaragaman Hayati / Aspects of Biodiversity		108
F.9	Dampak dari Wilayah Operasional yang Dekat atau Berada di Daerah Konservasi atau Memiliki Keanekaragaman Hayati / Impact of Operational Areas Near or Located in Conservation Areas or Have Biodiversity	
F.10	Usaha Konservasi Keanekaragaman Hayati / Biodiversity Conservation Effort	111
Aspek Emisi / Emission Aspect		111
F.11	Jumlah dan Intensitas Emisi yang Dihasilkan berdasarkan Jenisnya / Amount and Intensity of Emissions Produced By Type	
F.12	Upaya dan Pencapaian Pengurangan Emisi yang Dilakukan / Emission Reduction Efforts and Achievements	109
Aspek Limbah dan Efluen / Waste and Effluent Aspects		110
F.13	Jumlah Limbah dan Efluen yang Dihasilkan berdasarkan Jenis / Amount of Waste and Effluent Produced By Type	

No. Indeks	Uraian Description	Halaman Pages
F.14	Mekanisme Pengelolaan Limbah dan Efluen / Waste and Effluent Management Mechanism	111
F.15	Tumpahan yang Terjadi (jika ada) / Spills that Occur (if any)	111
Aspek Pengaduan Terkait Lingkungan Hidup / Aspects of Complaints Related to the Environment		111
F.16	Jumlah dan Materi Pengaduan Lingkungan Hidup yang Diterima dan Diselesaikan / Quantity and Material Environmental Complaints Received and Resolved.	
Kinerja Sosial / Social Performance		111
F.17	Komitmen LJK, Emiten, atau Perusahaan Publik untuk Memberikan Layanan atas Produk dan/atau Jasa yang Setara Kepada Konsumen / Commitment to Providing Services for Equal Products and/or Services to Consumers	
Aspek Ketenagakerjaan / Employment Aspect		112
F.18	Kesetaraan Kesempatan Bekerja / Equal Employment Opportunity	
F.19	Tenaga Kerja Anak dan Tenaga Kerja Paksa / Child Labor and Forced Labor	101
F.20	Upah Minimum Regional / Regional Minimum Wage	101
F.21	Lingkungan Bekerja yang Layak dan Aman / Decent and Safe Working Environment	101
F.22	Pelatihan dan Pengembangan Kemampuan Pegawai / Employee Capabilities Training and Development	102
Aspek Masyarakat / Community Aspect		102
F.23	Dampak Operasi terhadap Masyarakat Sekitar / Impact of Operations on Surrounding Communities	
F.24	Pengaduan Masyarakat / Public Complaint	106
F.25	Kegiatan Tanggung Jawab Sosial Lingkungan (TJSL) / Environmental Social Responsibility Activities	106
Tanggung Jawab Pengembangan Produk/Jasa Berkelanjutan / Responsibility for Sustainable Product/Service Development		81, 106
F.26	Inovasi dan Pengembangan Produk/Jasa Keuangan Berkelanjutan / Product Innovation and Development/Sustainable Financial Services	
F.27	Produk/Jasa yang sudah Dievaluasi Keamanannya bagi Pelanggan / Safety Evaluated Products/Services for Customers	112
F.28	Dampak Produk/Jasa / Product/Service Impact	113
F.29	Jumlah Produk yang Ditarik Kembali / Number of Products Recall	113
F.30	Survei Kepuasan Pelanggan terhadap Produk dan/atau Jasa Keuangan Berkelanjutan / Customer Satisfaction Survey on Sustainable Financial Products and/or Services	113
Lain-Lain / Others		113
G.1	Verifikasi Tertulis dari Pihak Independen (jika ada) / Written Verification from an Independent Party (if any)	
G.2	Surat Pernyataan Anggota Direksi tentang Tanggung Jawab atas Laporan Berkelanjutan / Statement of Members of the Board of Directors regarding Responsibility for Sustainability Reports	16
G.3	Lembar Umpan Balik / Feedback Sheet	117
G.4	Tanggapan terhadap Umpan Balik Laporan Tahun Sebelumnya / Responses to Previous Year's Sustainability Report Feedback	17
G.5	Daftar Pengungkapan sesuai Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 51 tahun 2017 / List of Disclosures According to Financial Services Authority Regulation Number 51/POJK.03/2017 regarding Implementation of Sustainable Finance for Financial Service Institutions, Issuers, and Public Companies	119



**20
22**

Laporan Keberlanjutan
Sustainability Report

PT Uni-Charm Indonesia Tbk

Sinarmas MSIG Tower 42 floor
Jl. Jend Sudirman Kav 21, Karet,
Setiabudi, Jakarta Selatan 12920

Telp: (021) 29189191

Fax: (021)29189191

Email: Corporate-secretary@unicharm.co.id

Website: www.unicharm.co.id