



MENUJU PERTUMBUHAN BERKELANJUTAN INTO SUSTAINABLE DEVELOPMENT

DAFTAR ISI

CONTENTS

Tinjauan Unicharm Indonesia Overview of Unicharm Indonesia Group	4
Kebijakan Editorial/Isi / Editorial Policy/Contents	4
Penjelasan Direksi / Message from the President	4
Keberlanjutan Unicharm Group Unicharm Group's Sustainability	4
Pendekatan Unicharm untuk Menyelesaikan Masalah Sosial Unicharm's Approach to Resolving Social Issues	4
Topik Utama CSR 1 / CSR Key Topic 1 : Memperpanjang Harapan Hidup Sehat Lengthening Healthy Life Expectancy	4
Topik Utama CSR 2 / CSR Key Topic 2 : Mendukung Kemandirian Wanita dan Meningkatkan Kebersihan / Supporting Women's Independence and Improving Hygiene	4
Topik Utama CSR 3 / CSR Key Topic 3 : Berkontribusi pada Lingkungan Global Contributing to Global Environment	4
Topik Utama CSR 4 / CSR Key Topic 4 : Berkontribusi ke Komunitas / Contributing to the Community	4
Lingkungan Hidup / Environment	4
Manajemen lingkungan / Environmental Management	6
Perubahan iklim / Climate Change	7
Pencegahan Polusi dan Pemanfaatan Sumber Daya / Pollution Prevention and Resource Utilization	8
Rantai Pasokan (Lingkungan) / Supply Chain (Environment)	8
Keanekaragaman Hayati / Biodiversity	8
Sumber Air / Water Resources	8
Hasil Kegiatan / Activity Results	8
Data Situs / Site Data	8
Hak Asasi Manusia / Human Rights	4
Tanggung Jawab kepada Pelanggan Kami Responsibility to Our Customers	4
Berkomunikasi dengan Pelanggan / Communicating with Customers	6
Pengembangan Produk dan Pemasaran / Product Development and Marketing	7
Kualitas / Quality	4

Standar Tenaga Kerja / Labor Standards	4
Lihat Tentang Sumber Daya Manusia / View Concerning Human Resources	6
Pemanfaatan dan Pelatihan Personil / Personnel Utilization and Training	8
Menghormati Keberagaman / Respect for Diversity	8
Health and Safety / Health and Safety	4
Data Sumber Daya Manusia / Human Resources Data	4
Komunitas lokal / Local Community	4
Sikap Kami Terhadap Kontribusi Sosial dan Strukturnya / Our Attitude toward Social Contribution and its Structures	6
Memberikan Kontribusi kepada Masyarakat melalui Pengembangan Bisnis / Making Contributions to Society through Business Development	7
Kegiatan Kontribusi Sosial Berbasis Komunitas Community-based Social Contribution Activities	8
Supply Chain (Masyarakat) / Supply Chain (Society)	4
Pendekatan dan Strategi Dasar Kami / Our Basic Approach and Strategy	6
Struktur Manajemen / Management Structure	7
Inisiatif / Initiatives	8
Pemegang Saham dan Investor / Shareholders and Investors	4
Kebijakan Dasar Kami tentang Pengembalian Laba kepada Para Pemegang Saham Kami / Our Basic Policy on Profit Returns to Our Shareholders	6
Keterbukaan Informasi bagi Investor Kami / Information Disclosure for Our Investors	7
Status Pencantuman dalam Indeks LST / Status of Inclusion in ESG Indexes	8
Tata Kelola / Governance	4
Tata Kelola Perusahaan / Corporate Governance	6
Kepatuhan / Compliance	7
Manajemen Risiko / Risk Management	8
Pemenuhan Pajak / Tax Compliance	9
Laporan Jaminan Pihak Ketiga / Third Party Assurance Report	4
Daftar Penghargaan dan Pujian Diterima pada Tahun 2020 List of Awards and Commendations Received in Fiscal 2020	4
Daftar isi / List of contents	4
Tabel Perbandingan Standar GRI / GRI Standard Comparison Table	4

TINJAUAN UNICHARM INDONESIA

OVERVIEW OF UNICHARM INDONESIA GROUP



PT Uni-Charm Indonesia Tbk didirikan berdasarkan Akta Notaris pada 1997. Perseroan dan Entitas Anak tergabung dalam Grup Unicharm yang berdomisili di Jepang. Perseroan saat ini memproduksi dan menjual produk kebersihan sekali pakai dengan 4 merek: MamyPoko, Charm, Lifree dan MamyPoko Wipes. Budaya inovatif karyawan perseroan merupakan kunci kesuksesan perseroan.

PT Uni-Charm Indonesia Tbk was established based on a Notary Deed in 1997. The Company and its Subsidiaries are members of the Unicharm Group domiciled in Japan. The company currently manufactures and sells disposable hygiene products under 4 brands: MamyPoko, Charm, Lifree and MamyPoko Wipes. The innovative culture of the company's employees is the key to the company's success.

Nama Perseroan / Company's Name

PT Uni-Charm Indonesia Tbk

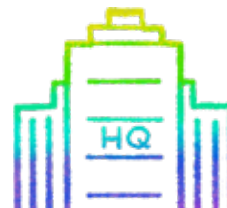


Bidang Usaha / Line of Business

Kegiatan bisnis utama adalah pembuatan kertas pembersih higienis, produk kertas katun selulosa, seperti tisu pembersih, napkin dan napkin untuk bayi / Main business activities are making personal hygiene paper, cotton cellulose paper goods, such as cleaning wipes, napkin and napkin for babies

Alamat Kantor / Address

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



Telepon / Phone

+62 21 2918 9191

Fax

+62 21 2918 9199



Surel / E-mail

corporate-secretary@unicharm.co.id



Situs Web / Website

www.unicharm.co.id



Alamat Pabrik / Factory Address

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

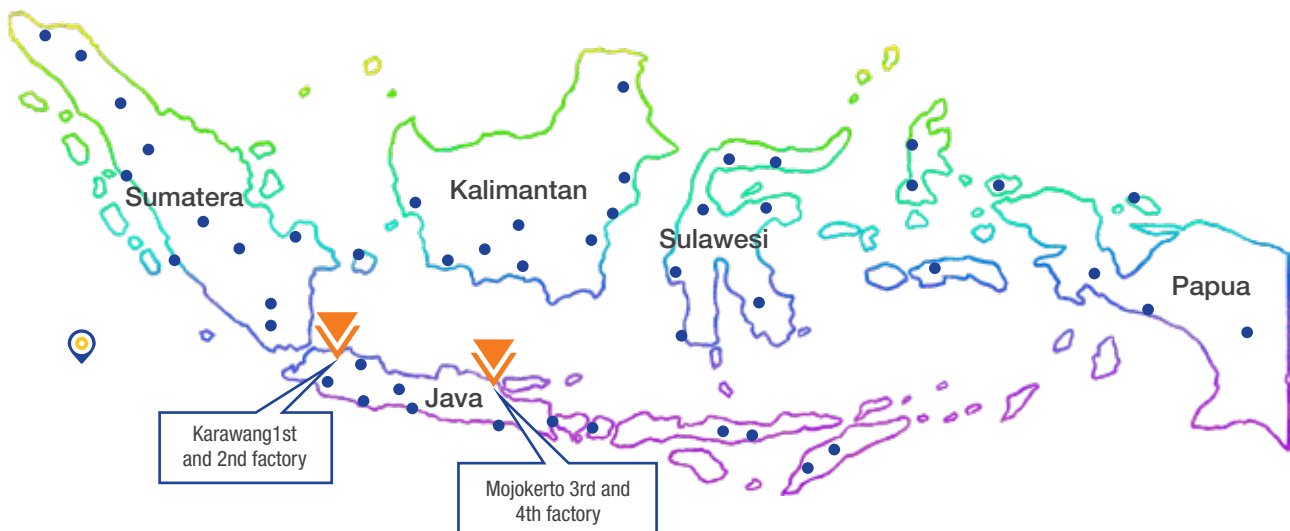
PT Unicharm Nonwoven Indonesia

Ngoro Industrial Park, Block D2-1A, Ds. Lolawang, Ngoro - Mojokerto, 61385



Area Produksi dan Penjualan

Production and Sales Areas



-  Factory
-  Distribution

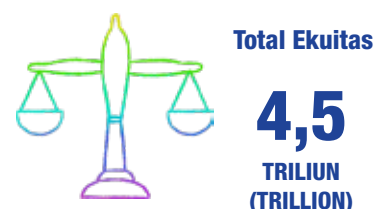
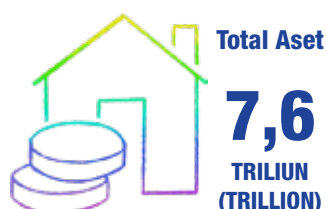
- 1998 Karawang 1st Factory (expansion in 2006, 2008, and 2017)
- 2010 Karawang 2nd Factory (expansion in 2012, 2013)
- 2013 Mojokerto 3rd Factory (expansion in 2015)
- 2015 Mojokerto 4th Factory (start Operation)

KEBIJAKAN EDITORIAL/ISI

EDITORIAL POLICY/CONTENTS

Skala Usaha

Business Scale



Persentase kepemilikan saham

Unicharm Corporation Jepang dan PT Purinusa Ekapersada merupakan pemegang saham Perseroan dengan kepemilikan lebih dari 5% memiliki 3.325.257.900 lembar saham atau 80% dari saham Perseroan. Tidak ada pemegang saham publik di Perseroan dengan kepemilikan saham lebih dari 5%.

Shareholding percentage

Unicharm Corporation Japan and PT Purinusa Ekapersada are the Company's shareholders with more than 5% ownership owning 3,325,257,900 shares or 80% of the company's shares. There is no public shareholder in the company with share ownership of more than 5%.

Pemegang Saham yang Memiliki 5% (lima persen) atau Lebih Saham

Shareholders owning 5% (five percent) or more shares

Nama Pemegang Saham Shareholder Name	Jumlah Saham Number of Shares	Presentase Percentage
Kepemilikan Saham di atas 5% / Share Ownership above 5%		
UNICHARM CORPORATION JEPANG	2.460.690.846	59,20%
PT PURINUSA EKAPERSADA	864.567.054	20,80%
Kepemilikan Saham di bawah 5% / Share Ownership less than 5%		
Masyarakat dan Pemegang Saham di bawah 5%	831.314.400	20,00%
Jumlah / Total	4.156.572.300	100,00%

Jenis Kepemilikan Saham

Type of Share Ownership

Status Pemilik Owner Statues	Kepemilikan Ownership	Jumlah Pemegang Saham Total Shareholders	Jumlah Efek Total Stock	Persentase Percentage
Lokal / Local	Individu / Individual	2.788	13.397.900	0,32%
	Institusi / Institution	68	1.117.179.053	26,88%
	Sub Total	2.856	1.130.576.953	27,20%
Asing / Foreign	Individu / Individual	67	1.306.600	0,03%
	Institusi / Institution	57	3.024.688.747	72,77%
	Sub Total	124	3.025.995.347	72,80%
	Grand Total	2.980	4.156.572.300	100%

Kelompok Kepemilikan Saham

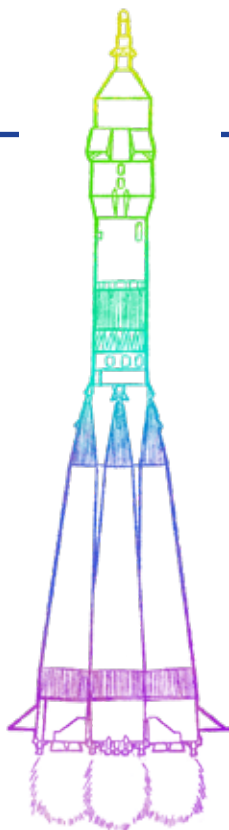
Share Ownership Group

Nama Name	Jabatan Position	Jumlah Saham Number of Shares	Presentase Percentage
Perorangan / Individual	2.855	14.704.500	0,35%
Asuransi / Insurance	3	4.214.800	0,10%
Reksadana / Mutual Fund	34	171.739.000	4,13%
Dana Pensiun / Pension Fund	21	56.026.300	1,35%
Perseroan Terbatas Limited Liability Company	66	3.904.765.300	93,94%
Yayasan / Foundation	1	5.122.400	0,13%
Grand Total	2.980	4.156.572.300	100%

VISI VISION

Kami berusaha memajukan manajemen Perseroan yang benar yang menyatukan pencapaian tanggung jawab sosial dan kebahagiaan karyawan, serta perkembangan pertumbuhan Perseroan

We strive to advance the Company's management that unites the achievements of social responsibility, employee happiness and development of the Company's growth



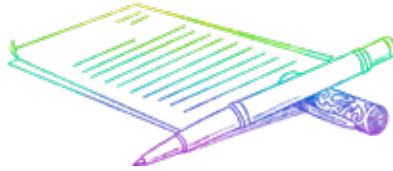
MISI MISSION

Kami akan terus mewujudkan produk dan pelayanan yang pertama dan No.1 di dunia, yang dapat memberikan kenyamanan, sentuhan dan kebahagiaan kepada semua orang di seluruh Indonesia. Untuk itu, seluruh karyawan mengerahkan segenap akal, bekerja bersama-sama, dan menikmati keberhasilan bersama

We will continue to provide the No. 1 products and services in the world, which provide comfort, warmth and happiness to all people in Indonesia. For this reason, all employees put all their minds into action, swork together and reach unified success.

NILAI PERSEROAN

CORPORATE VALUE



LIMA SEMANGAT PERSEROAN KITA

5 OUR COMPANY SPIRIT

Kreasi dan Inovasi

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

I

Creation and Innovation

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

Ownership

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

II

Ownership

We will follow in the footsteps of our founder, striving to uncover issues from a company-wide perspective and solve them to achieve our management targets.

Challengership

Kami tidak takut gagal, percaya akan tantangan terhadap kemungkinan tanpa batas, selalu memperbaharui kemampuan sendiri, dan membawa sikap pro-aktif.

III

Challengership

We will continue to transform our abilities without fear of failure and maintain a positive attitude, based on our belief in the capacity of challenge to tap into unlimited potential.

Leadership

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

IV

Leadership

We will become leaders who are able to motivate others with our own determination by clearly showing the way for the organization to follow.

Fair Play

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

V

Fair Play

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

3 DNA

3 DNA ini merupakan nilai-nilai Perseroan yang menopang tulang punggung kegiatan Perseroan dan nilai-nilai bersama yang dimiliki mulai dari top manajemen sampai kepada setiap karyawan.

These DNA's are the Company's values serving as the fundamentals of the Company's activities, and being conducted from top management to employee.



1

Terus Menerus Melayani Sehingga Menjadi No.1 / Serving Continuously to Become No. 1

Sangat penting untuk memberikan kepuasan pelayanan yang belum pernah diberikan sebelumnya. Untuk mencapainya, kita harus terus memberikan yang terbaik dengan menggabungkan seluruh kecerdasan dan energi setiap karyawan. / It is necessary to continue to create a satisfaction that no one has ever made before. To achieve that, we need to continue to do our best by combining all the intellect and energy of every employee.

2

Teori Apabila Berubah Akan Bernilai / The theory of Change is Valuable

Perubahan memunculkan nilai baru. Dengan mengubah diri, kita dapat mengembangkan diri sendiri dan dapat meningkatkan kinerja. Kita harus mengubah diri kita sendiri ke level yang lebih tinggi demi menciptakan nilai baru. / With change comes a new value. By changing ourselves, we develop ourselves. As a result, our performance is improved. We must change ourselves up to the level that creates a new value

3

Teori Penyebab Ada Pada Diri Sendiri / The theory of We Are Responsible for Ourselves

Tanggung jawab dan sumber masalah ada pada diri kita sendiri. Selalu dengarkan saran yang diberikan dengan tulus. Jika masalah muncul, cari penyebabnya pada diri sendiri dan tidak mengalihkan tanggung jawab kepada orang lain. Dengan menemukan penyebab dalam diri, kita dapat mengambil belajar untuk menjadi lebih baik. The responsibility and cause of the problem lies on ourselves. Always listen to what people have to say with sincerity. If problems arise, look for the cause in our own and not give up the responsibility to others. By finding the cause in ourselves, we can take wisdom and learn from it so that we can be better.

BOP-Ship

1

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 fokus pada kecepatan. / With humility, actively gather and look for the best way from various sources in the world and immediately apply it to daily workflow with the pace.

2

Owner ship

Ownership Menganggap semua hal adalah masalah diri sendiri, melakukan penyelesaian secara fokus untuk menerobos kesulitan secara mandiri.
Ownership accounts that every personal problem is solved independently with focus.

3

Partner ship

Partnership Menciptakan kondisi di mana kita bisa bekerja sama dengan memikirkan kepentingan orang lain, tidak hanya kepentingan diri sendiri.
Partnership creates a condition to carry out daily task with teamwork, and be considerate to other people.



Hubungan 3DNA dengan BOP-Ship

3DNA Relationship with BOP-Ship

3DNA

Dengan melayani terus menerus sehingga menjadi No.1
Serving continuously to become No. 1

Teori apabila berubah akan bernilai
The theory of change is valuable

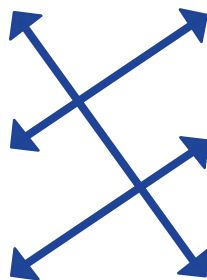
Teori penyebab ada pada diri sendiri
The theory of we are responsible for ourselves

BOP-Ship

● **Best practiceship**

● **Ownership**

● **Partnership**



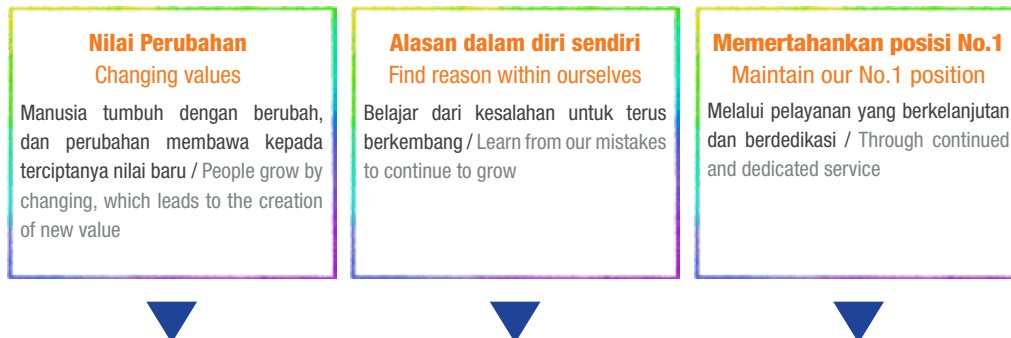
Membangun Budaya Keberlanjutan Perseroan

Build A Culture Of Corporate Sustainability

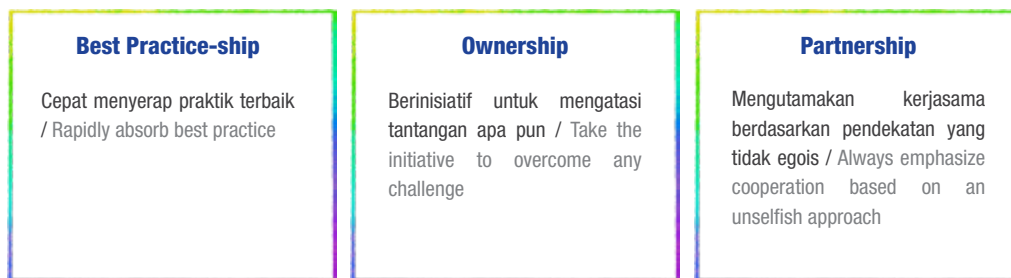
Unicharm memiliki Budaya Perusahaan yang utuh sejak awal pendirian yaitu “Tiga DNA” yang bertransformasi menjadi “Tiga DNA dan BOP-ship”

A corporate culture intact from the earliest days of Unicharm From “Three DNAs” to “Three DNAs and BOP-ship”

3 DNA



The New Three DNAs



Unicharm telah meraih pertumbuhan yang berkelanjutan dengan tetap setia terhadap budaya dan semangat perusahaan yang telah terbentuk sejak awal berdirinya Perseroan. Budaya ini diimplementasikan melalui “Tiga DNA”. Dalam beberapa tahun terakhir, Unicharm telah mengembangkan bisnisnya dari Jepang ke Asia, Timur Tengah, Eropa, dan Amerika. Ekspansi tersebut menyebabkan peningkatan jumlah karyawan di luar negeri. Untuk menjadikan “Tiga DNA” lebih mudah dipahami, maka Budaya Perusahaan tersebut dibentuk ulang dan melebur menjadi “BOPship”. Tiga DNA dan BOP-ship merepresentasikan nilai-nilai Unicharm, yang menopang kegiatan Perseroan dan semua individu Unicharm, mulai dari manajemen senior hingga karyawan, mengimplementasikannya di setiap aktivitas usaha.

Unicharm has achieved sustained growth while remaining true to its corporate culture and spirit from the earliest days of the Company, which have been distilled into “Three DNAs.” In recent years, Unicharm has expanded its business from Japan into Asia, the Middle East, Europe and the Americas. That expansion has led to an increase in the number of overseas employees. To make the “Three DNAs” easier to understand, they have been reframed as “BOP-ship.” The Three DNAs and BOP-ship represent Unicharm’s values, which underpin the Company’s activities and are shared by everyone from senior management down to every single employee.

Keanggotaan pada Asosiasi

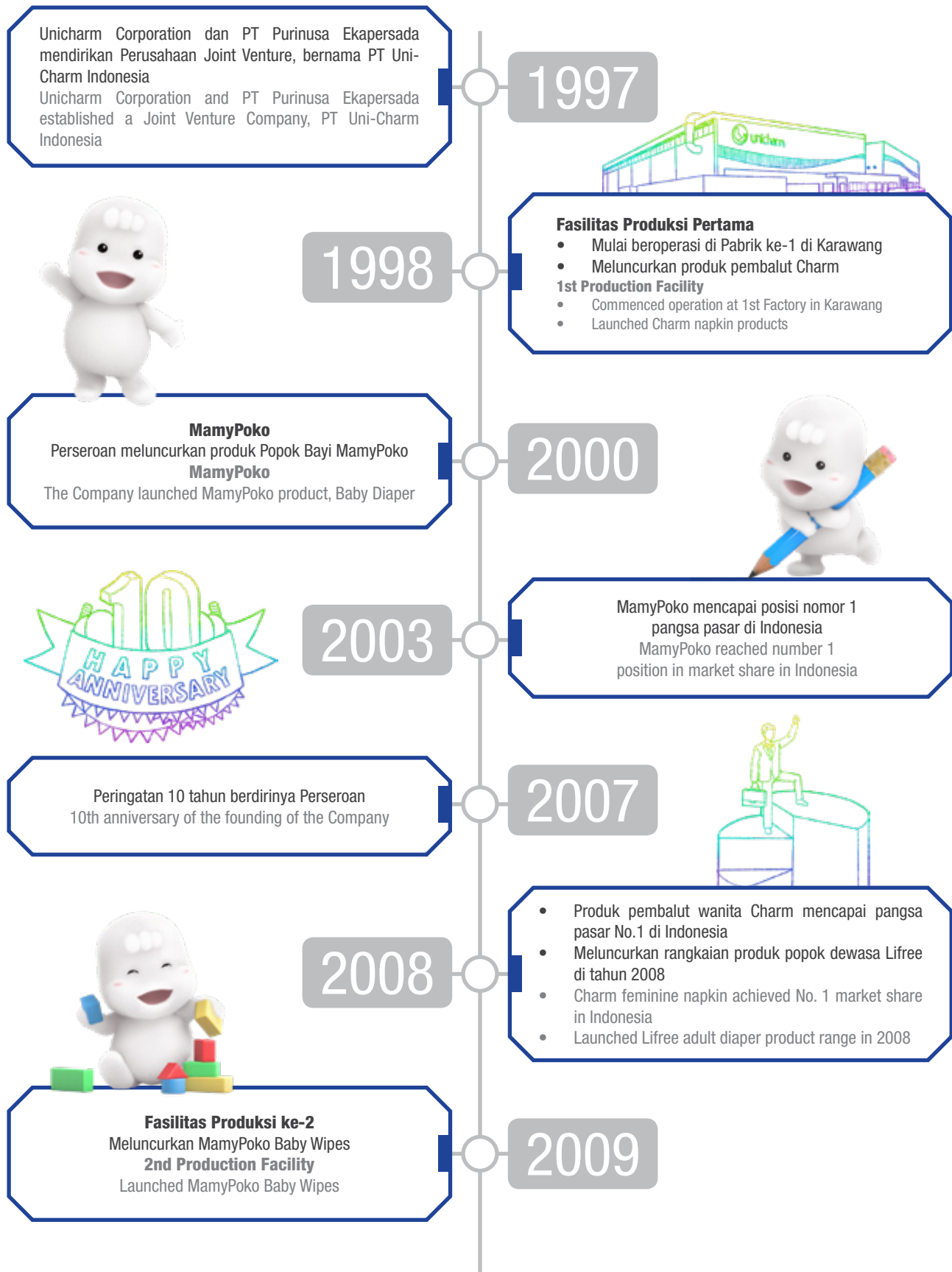
Membership in the Association

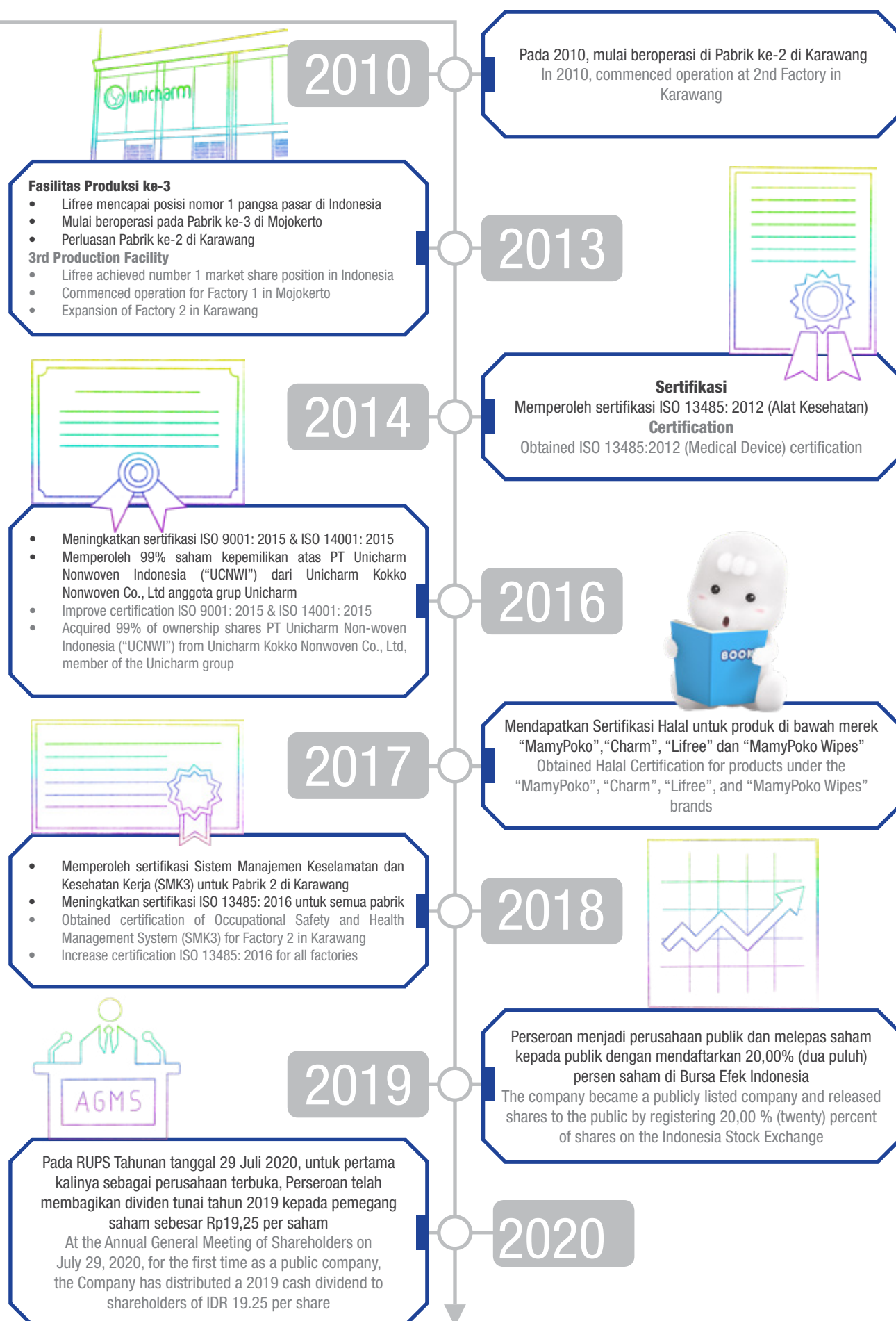
Perseroan menjalin kemitraan dengan beragam organisasi di dalam dan luar negeri dalam pelaksanaan inisiatif keberlanjutan.

The Company has established partnerships with various organizations locally and internationally to implement sustainability initiatives.

No.	Nama Asosiasi Eksternal External Organization Name	Sifat Keikutsertaan Membership
1.	GAKESLAB (Gabungan Perusahaan Alat-alat Kesehatan dan Laboratorium Indonesia) (Association of Indonesian Medical and Laboratory Equipment Companies)	Sebagai wadah komunikasi dan konsultasi para Pengusaha Alat – Alat Kesehatan dan Laboratorium dengan Pemerintah dan Pihak – pihak lain yang terkait mengenai hal – hal yang berhubungan dengan produksi, export/ import, distribusi, keagenan, pelayanan dan perbaikan sebagai partisipasi dalam pembangunan Indonesia, khususnya di bidang Alat - Alat Kesehatan dan Laboratorium. As a forum for communication and consultation between Medical and Laboratory Equipment Entrepreneurs and the Government and other relevant parties on matters relating to production, export/import, distribution, agency, service and repair as a participation in Indonesia's development, especially in the field of Medical and Laboratory Equipment.
2.	PEKERTI (Persatuan Perusahaan Perbekalan Kesehatan Rumah Tangga Indonesia) (Association of Indonesian Household Health Supply Companies)	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, non-profit, not a government organization, not a political organization, legally incorporated and within the jurisdiction of the Republic of Indonesia.
3.	AP3MI (Asosiasi Pengusaha Pemasok Pasar Modern Indonesia) / (Indonesian Modern Market Supply Entrepreneurs Association)	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.
4.	APKI (Asosiasi Pulp dan Kertas Indonesia) (Indonesian Pulp and Paper Association)	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.
5.	APINDO (Asosiasi Pengusaha Indonesia) (Indonesian Employers Association)	• 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.
6.	ICSA (Indonesia Corporate Secretary Association) (Indonesia Corporate Secretary Association)	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.
7.	AEI (Asosiasi Emiten Indonesia) (Indonesian Listed Companies Association)	Wadah organisasi bagi perusahaan Go Public. Organizational platform for Go Public companies.

Jejak Langkah / Milestone





Produk dan Layanan / Products and Services

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:

a) Kegiatan Usaha Utama:

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

b) Kegiatan Usaha Pendukung:

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

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 may carry out the following business activities:

a) Main Business Activities:

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

b) Supporting Business Activities:

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



MamyPoko Preemie

Diluncurkan 2017, untuk bayi berat di bawah 2.500G,
Segmen harga premium
Launched in 2017, for baby bellow 2,500g,
Premium price segment



MamyPoko Royal Soft

Diluncurkan 2002, bayi usia 0-3 tahun, Segmen harga premium
Launched in 2002, baby aged 0-3 years, Premium price segment



MamyPoko Junior Night Pants

Diluncurkan 2013, anak usia 4-6 tahun, Segmen harga premium
Launched in 2013, kids aged 4-6 years, Premium price segment



MamyPoko Pants Royal Soft

Diluncurkan 2018, bayi usia 0-3 tahun, Segmen harga premium
Launched in 2018, baby aged 0-3 years, Premium price segment



MamyPoko Pants X-Tra Kering Tidak Gembung

Diluncurkan 2019, bayi usia 0-3 tahun,
Segmen harga premium ekonomis
Launched in 2019, baby aged 0-3 years,
Premium economical price segment



MamyPoko Pants X-Tra Kering

Diluncurkan 2007, bayi usia 0-3 tahun,
Segmen harga ekonomis
Launched in 2007, baby aged 0-3 years,
Economical price segment



MamyPoko X-tra Kering

Diluncurkan 2012, bayi usia 0-3 tahun,
Segmen harga ekonomis
Launched in 2012, baby aged 0-3 years,
Economical price segment



MamyPoko Pants Extra Dry

Diluncurkan 2014, bayi usia 0-3 tahun,
Segmen harga premium ekonomis
Launched in 2014, baby aged 0-3 years,
Premium economical price segment



Fitti Pants

Diluncurkan 2020, bayi usia 0-3 tahun,
Segmen harga super ekonomis
Launched in 2020, baby aged 0-3 years,
Super economical price segment



CHARM Extra Maxi

Diluncurkan 2020, wanita usia 15-49 tahun,
Segmen harga premium
Launched in 2020, female aged 15-49 years,
Premium price segment



CHARM Safe Night

Diluncurkan 2021, wanita usia 15-49 tahun,
Segmen harga premium
Launched in 2021, female aged 15-49
years, Premium price segment



CHARM Cooling Fresh

Diluncurkan 2018, wanita usia 15-49 tahun,
Segmen harga premium
Launched in 2018, female aged 15-49 years,
Premium price segment

Produk, pakai packaging dgn bonus pack



CHARM EXTRA COMFORT

Diluncurkan 2017, wanita usia 15-49 tahun,
Segmen harga premium
Launched in 2017, female aged 15-49 years,
Premium price segment



CHARM Slim Protect+

Diluncurkan 2019, wanita usia 15-49 tahun,
Segmen harga premium
Launched in 2019, female aged 15-49 years,
Premium price segment



CHARM EXTRA DRY

Diluncurkan 2012, wanita usia 15-49 tahun,
Segmen harga premium
Launched in 2012, female aged 15-49 years,
Premium price segment

Produk Salah, Warna Biru



CHARM Pantyliner Cooling Fresh

Diluncurkan 2020, wanita usia 15-49 tahun,
Segmen harga premium
Launched in 2020, female aged 15-49 years,
Premium price segment



CHARM Pantyliner Long & Wide Absorbent Fit Breathable

Diluncurkan 2021, wanita usia 15-49 tahun,
Segmen harga premium
Launched in 2021, female aged 15-49 years,
Premium price segment

Tambah Produk :
Pantyliner Comfort Slim
dan Double Fresh
orange & Ungu
(+ keterangan produk nya)



Silcot Maximizer Cotton

Diluncurkan 2019, wanita usia 24-35 tahun,
Segmen harga premium
Launched in 2019, female aged 24-35 years,
Premium price segment



CharmNap Urine Dry Panties
Diluncurkan 2019, wanita usia 30-59 tahun,
Segmen harga premium
Launched in 2019, female aged 30-59 years,
Premium price segment



Lifree PANTS Tipis & Nyaman
Diluncurkan 2008, dewasa usia >50 tahun,
Segmen harga premium
Launched in 2008, adults aged >50 years,
Premium price segment

Lifree PANTS Ekstra Serap
Diluncurkan 2012, dewasa usia >50 tahun,
Segmen harga premium
Launched in 2012, adults aged >50 years,
Premium price segment

Produk tanpa size information



Lifree Popok Perekat
Diluncurkan 2012, dewasa usia >50 tahun,
Segmen harga premium
Launched in 2012, adults aged >50 years,
Premium price segment

Ganti produk lain (+keterangan)



Lifree Popok Perekat / Lifree Tape
Diluncurkan 2011,
konsumen usia di atas 37 tahun
Launched in 2011,
person aged above 37 years



Certainty Popok Perekat
Diluncurkan 2019, dewasa usia >50 tahun,
Semua segmen
Launched in 2019, adults aged >50 years,
Every segment



Lifree Lapisan Penyerap
Diluncurkan 2014,
konsumen usia di atas 37 tahun
Launched in 2014,
person aged above 37 years



MamyPoko Wipes Premium
Diluncurkan 2009, bayi dan dewasa,
Segmen harga premium
Launched in 2009, babies and adults,
Premium price segment



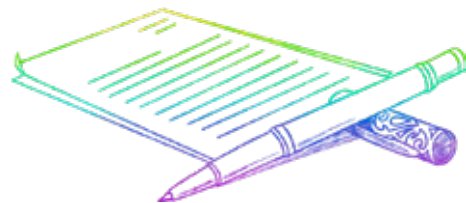
Masker "PROTECT POLLUTION"
Diluncurkan 2020, dewasa,
Segmen harga premium
Launched in 2020, adults,
Premium price segment



MamyPoko Wipes Regular
Diluncurkan 2010, bayi dan dewasa,
Segmen harga ekonomis
Launched in 2010, babies and adults,
Economy price segment

PENJELASAN DIREKSI

STATEMENT OF THE BOARD OF DIRECTORS



**YUJI
ISHII**
PRESIDEN DIREKTUR
PRESIDENT DIRECTOR

Menghadapi tantangan pandemi COVID-19 di tahun 2020, Perseroan mempererat kerja sama dengan seluruh pemangku kepentingan dan terus berinovasi untuk meningkatkan kinerja Perseroan. Perseroan senantiasa mendukung Pemerintah dalam upaya memberikan stimulus kepada sektor riil untuk Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) akibat dampak pandemi COVID-19 melalui penyesuaian kebijakan. Selain itu, Perseroan juga mendukung kebijakan Pemerintah untuk mulai beralih ke ekonomi rendah karbon. Demi mencapai implementasi dari kebijakan pemerintah tersebut, Perseroan melakukan penyesuaian kebijakan berlandaskan perlindungan lingkungan, sosial, dan tata kelola (LST), serta merancang kegiatan manufaktur untuk mulai memitigasi dan beradaptasi dengan perubahan iklim.

Pemangku Kepentingan yang kami hormati,

Mengacu pada pembahasan Forum Ekonomi Dunia pada Januari 2020, Perseroan berpendapat bahwa risiko lingkungan menjadi risiko utama yang akan berdampak pada kondisi ekonomi dunia. Kebijakan pemerintah untuk memasuki ekonomi rendah karbon dan dukungan pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (TPB) terus digencarkan. Dengan itu, Sejalan dengan dinamika kebijakan Pemerintah dan kondisi selama tahun 2020, maka Perseroan menerapkan berbagai inovasi dan merancang strategi untuk dapat beradaptasi sesuai kebutuhan pasar saat ini.

Selama tahun 2020 Perseroan melaksanakan program-program terkait Empati Pandemi COVID-19 dan pengenalan terhadap produk baru Perseroan. Perseroan melakukan penyaluran salah satu produk terbaru bernama "Nyaman Mask", masker baru yang dimodifikasi dan dikembangkan secara lokal di salah satu pabrik di Karawang, Jawa Barat dengan total donasi 47 karton, ke lebih dari 10 rumah sakit di Jakarta dan Karawang, sebagai bentuk kontribusi Perseroan dalam kegiatan peduli terhadap kesehatan masyarakat khususnya tenaga kesehatan guna memutus mata rantai penyebaran Covid-19. Kemudian, Edukasi penggunaan popok dewasa untuk para perawat lansia di Purwakarta, Edukasi yang diberikan adalah tentang penggunaan popok dewasa yang tepat dan benar dijelaskan langsung oleh care advisor PT Uni-Charm Indonesia Tbk. Dijelaskan juga tentang absorbent layer yaitu refill popok dewasa yang lebih ekonomis jika dikombinasikan dengan penggunaan popok, karena

Facing the challenges of the COVID-19 pandemic in 2020, the company strengthened its cooperation with all stakeholders and continued to innovate to improve the company's performance. The company continues to support the Government in its efforts to provide stimulus to the real sector for National Economic Recovery (PEN) due to the impact of the COVID-19 pandemic through policy adjustments. The company also supports the Government's policy to begin shifting to a low-carbon economy. In order to realize these government policies, the company has made adjustments to policies based on environmental, social and governance (LST) protection and has designed manufacturing activities to start mitigating and adapting to climate change.

Respected Stakeholders,

Referring to the discussion of the World Economic Forum in January 2020, the company believes that environmental risks are the main risks that will have an impact on world economic conditions. Government policies to enter a low-carbon economy and support for the Sustainable Development Goals (TPB) continue to be intensified. In line with the dynamics of Government policies and conditions during 2020, the company implemented various innovations and devised strategies to adapt to current market needs.

Throughout 2020, the company carried out programs related to the COVID-19 Pandemic Empathy and the introduction of the company's new products. The company distributed one of its newest products called "Nyaman Mask", a new mask that was modified and developed locally at a factory in Karawang, West Java with a total donation of 47 cartons, to more than 10 hospitals in Jakarta and Karawang, as a form of contribution to care about public health, especially health workers, in order to deal with the spread of the Covid-19. The company also conducted education on the use of adult diapers for elderly in Purwakarta. The education provided is about the correct and proper use of adult diapers, explained directly by the care advisor of PT Uni-Charm Indonesia Tbk. In the education is explained about the absorbent layer, refill adult diapers which are a more economical way of using diapers because the users only need to replace the layer. It is highly economical and recommended for

cukup untuk menggantikan lapisan absorbent yang tentunya memiliki nilai ekonomis tinggi dan sangat direkomendasikan untuk orang tua dengan metode perawatan di rumah. Tujuan pemberian edukasi ini selain untuk lebih memberikan nilai tambah terhadap produk juga dapat membantu para perawat lansia agar dapat memanfaatkan penggunaan popok sesuai fungsi.

Setiap tahunnya Perseroan mengadakan menstrual education school to school secara offline. namun tahun 2020 terhambat pandemic COVID-19, sehingga Perseroan tidak bisa melakukan menstrual education secara langsung dan metode edukasi berubah menjadi online atau virtual. Perseroan menilai internet merupakan platform yang sangat potensial untuk memberikan edukasi kepada anak dan remaja mengenai menstruasi terutama di masa pandemi.

Perseroan memberikan perhatian kepada para korban pengungsi akibat adanya bencana erupsi gunung berapi Lewotolok NTT yang mengakibatkan penduduk di Kecamatan Ile Ape dan sembilan desa di Kecamatan Ile Ape dan Kecamatan Timur harus dievakuasi. Para pengungsi tersebut tersebar di 13 pusat evakuasi di Kabupaten Lembata. Melalui dukungan distributor lokal, kami mengelola donasi produk kepada seluruh pengungsi di posko pengungsian, dengan tujuan untuk menjaga kenyamanan mereka, terutama bagi bayi dan orang tua yang harus tinggal selama dalam pengungsian.

Perseroan melaksanakan beberapa program CSR yang berhubungan dengan lingkungan hidup yaitu kegiatan bersih sungai yang berlokasi di dekat Pabrik Jawa Timur di Kabupaten Mojokerto. Berkolaborasi lebih dari 100 partisipan dari berbagai instansi pemerintah dan masyarakat, dengan diberikannya donasi berupa gerobak sampah bak sampah, diharapkan dengan kegiatan ini masyarakat sekitar lebih peduli dan sadar akan kebersihan sungai dan tidak lagi membuang sampah di sekitar aliran sungai.

Kebijakan untuk Merespons Tantangan Keberlanjutan

Kesehatan pekerja menjadi tantangan keberlanjutan dalam situasi pandemi COVID-19. Perseroan menjawab tantangan ini dengan melakukan penyesuaian aktivitas kerja dan penerapan protokol kesehatan yang ketat, sesuai dengan ketentuan protokol kesehatan Pemerintah dan WHO terkait COVID-19.

Di luar tantangan terkait COVID-19, Perseroan masih terus mengelola tantangan keberlanjutan, salah satunya adalah dampak perubahan iklim. Keikutsertaan Perseroan dalam mendukung mengurangi dampak negatif perubahan iklim diwujudkan dengan menerapkan kebijakan berwawasan lingkungan, sosial, dan tata kelola (LST).

Strategi Pencapaian Target

Sepanjang tahun 2020, Perseroan tetap dapat menjalankan kegiatan operasionalnya dengan semaksimal mungkin. Seluruh elemen Perseroan beradaptasi dan mengemban tanggung jawabnya masing-masing, termasuk dalam melaksanakan prinsip Berkelanjutan. Tahun 2020 merupakan tahun yang cukup menantang bagi bisnis Perseroan secara keseluruhan akibat perlambatan ekonomi akibat

caring for elderly at home. The purpose of providing this education is not only to provide added value to the product but also help care for elderly by taking advantage of the use of diapers according to their function.

The company holds offline school-to-school menstrual education annually. However, due to the COVID-19 pandemic, the company could not carry out the education directly and it is changed into an online or virtual education. The company considers the internet to be a very potential platform to provide education to children and adolescents about menstruation, especially during pandemic.

The company pays attention to the victims of the Lewotolok volcano eruptions in NTT which resulted in the evacuation of residents of nine villages in Ile Ape and East Districts. The refugees were spread across 13 evacuation centers in Lembata Regency. Through the support of local distributors, we managed to donate to all refugees in the evacuation posts to keep the comfort of babies and parents who had to evacuate.

The company carried out several CSR programs related to the environment, one of which is river cleaning activity located near the East Java Factory in Mojokerto Regency. The company collaborates with more than 100 participants from various government agencies and communities by giving donations in the form of trash cans. It is hoped that with this activity, the local community will be more concerned and aware of the cleanliness of the river and no longer throwing garbage in the river.

Policies to Respond to Sustainability Challenges

Worker health is sustainably challenging during the COVID-19 pandemic. The company responds to this challenge by adjusting work activities and implementing strict health protocols, in accordance with the provisions of the Government and WHO health protocols related to COVID-19.

Apart from the challenges related to COVID-19, the company continues to manage sustainability challenges, one of which is the impact of climate change. The company's participation in supporting to reduce the negative impacts of climate change is manifested by the implementation of policies that are environmentally, socially and well-managed (LST).

Strategy to Achieve Target

Throughout 2020, the company managed to carry out its operational activities much as possible. All elements of the company adapted and carried out their respective responsibilities, including implementing the principles of sustainability. 2020 is quite a challenging year for the company's business as a whole due to the economic slowdown as a result of the COVID-19 pandemic. However, the company was

dari pandemic COVID-19. Namun, Perseroan dapat mencatatkan pencapaian finansial yang cukup baik. Perseroan dapat memperoleh pendapatan bersih sebesar 8.433 Miliar yang mengalami penurunan sebesar 1% dari tahun sebelumnya dengan pendapatan bersih mencapai 8.520 Miliar. Pencapaian ini didorong oleh inovasi dan strategi bisnis yang berkelanjutan serta melalui berbagai kegiatan dengan konsumen dan kampanye keberlanjutan.

Tata Kelola Keberlanjutan

Perseroan terus meningkatkan dan mengkaji kinerja tata kelola perusahaan yang baik untuk melindungi seluruh pemangku kepentingan. Dalam pengelolaan aspek lingkungan, sosial, dan tata kelola, Perseroan telah memiliki dasar kerja yaitu Pedoman Prinsip-Prinsip Bisnis (CoBP) dan Kebijakan Pedoman yang harus ditaati oleh manajemen dan karyawan serta kebijakan Perseroan. Seluruh kegiatan usaha Perseroan dilaksanakan dengan mematuhi peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Apresiasi

Direksi memberikan penghargaan dan apresiasi bagi seluruh karyawan Perseroan dan seluruh pemangku kepentingan yang telah memberikan dukungan dalam melaksanakan komitmen Perseroan dalam aspek keberlanjutan. Bagi kami, keberlanjutan merupakan cara untuk memastikan pertumbuhan dan pengembangan usaha Perseroan di masa depan.

able to record fairly good financial achievements. The company could obtain net income of 8,433 billion, which decreased by 1% compared to the previous year's net profit of 8,520 billion. This achievement was driven by innovation and sustainable business strategies as well as through various activities with consumers and sustainability campaigns.

Sustainability Corporate Governance

The company continues to improve and review its performance on Good Corporate Governance to protect all stakeholders. In managing environmental, social and governance aspects, the company possesses a working standard called Guidelines for Business Principles (CoBP) and Guidance Policies which must be adhered to by management and employees as well as company policies. All of the company's business activities are carried out in compliance with the prevailing laws and regulations.

Appreciation

The Board of Directors would like to give appreciation to all company's employees and stakeholders who provided support for the company in carrying out its commitments in the sustainability aspects. For us, sustainability is a way to ensure the growth and development of the company's business in the future.

Atas Nama Direksi
On Behalf of the Board of Director



Yuji Ishii
Presiden Direksi
President Director



KEBERLANJUTAN UNICHARM GROUP

UNICHARM GROUP'S SUSTAINABILITY

Selama 23 tahun Unicharm hadir di Indonesia untuk membuat kehidupan yang lebih layak seiring menciptakan manfaat bagi masyarakat dan kelestarian lingkungan, beberapa hal tersebut menjadi pedoman berdirinya Perseroan. Kami senantiasa berkomitmen untuk mengedepankan dan merancang kehidupan yang berkelanjutan yaitu kehidupan yang peduli lingkungan dan memberikan manfaat sosial. Kami merancang tujuan tersebut untuk menghadapi tantangan iklim, kebutuhan masyarakat, digitalisasi, dan transformasi bisnis.

Unicharm memiliki filosofi yaitu “NOLA&DOLA” (Necessity of Life with Activities & Dreams of Life with Activities). Di dalam filosofi “NOLA&DOLA” ini, mengandung makna “menghilangkan berbagai beban yang dialami seluruh masyarakat, mulai dari bayi sampai dengan usia dewasa dengan memberikan produk yang baik bagi tubuh dan hati, demi mewujudkan impian setiap orang”. Filosofi ini berusaha diwujudkan melalui bisnis Perseroan dan kami merasa bahwa kontribusi terhadap penyelesaian masalah sosial adalah CSR (Corporate Social Responsibility) yang sesungguhnya. Untuk dapat mengubah pemikiran ini menjadi suatu hal yang lebih bermakna, kami menetapkan index (KPI) di dalam pelaksanaan tema utama CSR.

For 23 years Unicharm has been present in Indonesia to create a more decent life while providing benefits for society and maintaining environmental sustainability. The above mentioned goals are the basis for the foundation of the company. We are committed to promoting and designing a sustainable life that cares for the environment and benefits the society. We design these goals to address climate challenges, societal needs, digitization and business transformation.

Unicharm has a philosophy called “NOLA & DOLA” (Necessity of Life with Activities & Dreams of Life with Activities). This philosophy contained the company's dream to “eliminate people's problems, from infants to adults, by providing products that are good for both the body and heart in order to realize everyone's dreams”. The company is committed to realizing this philosophy through its business activities and contribution in CSR (Corporate Social Responsibility). In order to make this philosophy into something more meaningful, we have set an index (KPI) in the implementation of the main theme of CSR.

PENDEKATAN UNICHARM UNTUK MENYELESAIKAN MASALAH SOSIAL

UNICHARM'S APPROACH TO RESOLVING SOCIAL ISSUES

Dampak terhadap Masyarakat Sekitar

Perseroan melakukan rekrutmen terhadap warga masyarakat sekitar lokasi operasional pabrik untuk mengakomodir tenaga kerja lokal.

Impact on the Surrounding Community

The Company recruits workers from the community around the factory operational location for the empowerment of local communities.

Mekanisme dan Pengaduan Masyarakat yang diterima dan ditindaklanjuti

Terhadap mekanisme pengaduan masalah lingkungan, secara umum PT Uni-Charm Indonesia Tbk. menerapkan langkah-langkah mengacu kepada PERMEN LH No.9/2010 "Tata Cara Pengaduan dan Penanganan Pengaduan Lingkungan Hidup" dan Alur Penanganan Contingency Plan pada bagian Lingkungan. Pengaduan yang datang dari masyarakat / LSM melalui Surat ditujukan ke Perseroan disampaikan ke bagian Corporate Plan, atau melalui email Customer Service (customer@unicharm.co.id). Bekerja sama dengan bagian terkait yang menangani Lingkungan (EMS) dari setiap Factory, untuk kemudian didiskusikan jalan keluar dan disampaikan ke DLH setempat .

Mechanisms and Public Complaints received and followed up

The mechanism for complaints about environmental problems, basically PT Uni-Charm Indonesia Tbk. implementing steps referring to the Regulation of the Minister of Environment No.9 / 2010 "Procedures for Complaints and Handling of Environmental Complaints" and the Contingency Plan Handling Flow in the Environment part. Complaints that come from the community / NGOs via letters are addressed to the company, submitted to the Corporate Planning Department, or through Customer Service's email (customer@unicharm.co.id). Corporate Planning Department will working closely with the related department in charge of the Environment (Environment Management System) of each Factory, to discuss the solution and report to the local Environment Bureau.

Namun selain itu didukung oleh mekanisme yang dikelola oleh bagian Corporate dan sistem lainnya, seperti Internal Control, Audit Internal dan Eksternal, Kode Etik, yang mengacu kepada "UC Group Charter of Action", yaitu Janji kepada Masyarakat melalui seluruh kegiatan Perseroan, akan membantu terwujudnya kepuasan moral dan ekonomi baik bagi semua orang yang terlibat di dalamnya maupun seluruh masyarakat, dan demi menjaga lingkungan hidup dalam seluruh kegiatan usahanya melaksanakan tindakan terhadap lingkungan berdasarkan standard original yang tinggi, serta mementingkan semangat patuh pada hukum lebih dari apapun, dan demi melakukan hal yang benar, akan menjaga kegiatan manajemen dengan keberanian dan ketegasan.

But apart from that it is also supported by other mechanisms and systems, such as Internal Control, Internal and External Audit, the Code of Ethics which refers to the "Unicharm Group Charter of Action", which is Commitment to Society, Unicharm commits to contribute to the economic and mental fulfillment of the entire society and population in every aspect of corporate activities. Unicharm will contribute to the sustainable society by reducing the environmental impact on earth in every aspect of corporate activities. Unicharm will actively carry out the business in a manner which can contribute to accelerate the economic development of local communities and global society. Unicharm will comply with the laws and regulations, above all, at any time and carry out the business activities with courage and intensity to perform the rightful things.

Jumlah Dan Materi Pengaduan Lingkungan Hidup Yang Diterima Dan Diselesaikan

Pada tahun 2020 tidak ada laporan terkait masalah lingkungan.

Number and Material of Environmental Complaints Received and Resolved

There is no incoming reports regarding environmental issues in 2020.



ASPEK EKONOMI ECONOMIC ASPECTS

PENDAPATAN / REVENUE

RP8,4
TRILIUN (TRILLION)



LABA BERSIH / NET PROFIT

RP311
MILIAR (BILLION)



KUANTITAS PRODUKSI / SALES

7.326.787.541
PRODUK (PRODUCT)



PRODUK RAMAH LINGKUNGAN ECO-FRIENDLY PRODUCT

mengimplementasikan Sistem Manajemen Lingkungan (EMS)
ISO 14001 : 2015 / implementing an Environmental Management
System (EMS) ISO 14001: 2015



Pelibatan Pihak Lokal Atas Bisnis Keberlanjutan

PT Uni-Charm Indonesia Tbk merupakan perusahaan orang Indonesia untuk orang Indonesia. Saat ini memang keseluruhan perusahaan dijalankan bersama-sama antara ekspatriat dan orang lokal, namun untuk mempercepat proses nasionalisasi (perubahan menjadi manajemen lokal), dilakukan berbagai edukasi untuk para leader lokal dan kandidat leader, baik itu melalui OJT transfer pengetahuan dari ekspatriat ke lokal maupun training internal dan eksternal, dengan tujuan meningkatkan jumlah kepala divisi maupun eksekutif tenaga kerja lokal.

Kami bekerja sebagai orang Unicharm dengan berpedoman pada The Unicharm Way, yang digunakan oleh seluruh karyawan Unicharm di seluruh dunia. Dan sesuai dengan UC Group Charter of Action yang ada dalam The Unicharm Way, kami, bekerja dengan saling menghormati, dan saling percaya, melampaui batas-batas warga negara, ras, agama, kepercayaan, jenis kelamin, status pernikahan, usia, garis keluarga, disabilitas dll.

Tersedianya lapangan pekerjaan

Rekrutmen terhadap warga masyarakat sekitar lokasi operasional pabrik untuk mengkomodir tenaga kerja lokal.

Involvement of Local Parties on Sustainability Business

PT Uni-Charm Indonesia Tbk is a company to provide products for Indonesians that are managed together with expatriates and local labor, but to accelerate the nationalization process (change to local management), various educations are provided for local leaders and candidate leaders, both through OJT for knowledge transfer from expatriates to local labor as well as internal and external training, with the aim of increasing the number of division heads/executives from the local labor.

We work as Unicharm people based on The Unicharm Way, which is used by all of Unicharm employees around the world. And in accordance with the UC Group Charter of Action in The Unicharm Way, We will work all together by trusting and respecting each other while getting over such barriers as nationality, race, religion, creed, sex, marriage and civil partnership, age, family line, disability, etc.

Jobs Availability

Recruits workers from the community around the factory operational location for the empowerment of local communities.

ASPEK LINGKUNGAN HIDUP

ENVIRONMENTAL ASPECTS

ENERGI LISTRIK / ELECTRICAL ENERGY

Mengurangkan jam nyala Lampu dan AC melalui sensor dan Timer.

Reducing the hours of lights and air conditioning through sensors and timer.

ENERGI AIR / WATER ENERGY

Upaya untuk mengurangi konsumsi air dilakukan melalui efisiensi penggunaan air dan perbaikan proses di 3 pabrik.

Initiative to reduce water consumption are carried out through efficient water use and process improvements in 3 factories

PENGURANGAN EMISI / EMISSION REDUCTION

34%

TARGET 2030

Mengurangi CO2 pada tahun 2030 sebesar **34%**.

Reduce CO2 by 2030 by 34%.

PENGURANGAN LIMBAH / WASTE REDUCTION

0

(ZERO) WASTE

Volume limbah yang dibuang ke landfill.

Semua limbah dikelola pihak ketiga di recycle ke peparlet jepang.

Volume of waste discharged to landfills.

All waste disposed of in landfills is managed by third parties and is recycled to Peparlet Japan.

70%

**BAHAN MATERIAL HUTAN
FOREST MATERIAL**

Penggunaan sejumlah besar material atau bahan baku yang digunakan pada brand PT Uni-Charm Indonesia Tbk di atas 70% berasal dari material kehutanan, yaitu Pulp, Tissue dan Kertas Separator, dimana material tersebut dapat didaur ulang.

The use of a large number of raw materials used in all UCI brands is more than 70% of forestry materials, which are Pulp, Tissue and Paper Separator, where these materials can be recycled.

SAVE OUR PLANET



ASPEK SOSIAL

SOCIAL ASPECTS

KOMPOSISI KARYAWAN / EMPLOYEE COMPOSITION

57,1%

PEREMPUAN (WOMEN)

Perbandingan komposisi karyawan perempuan dan laki-laki pada tahun 2020 / Comparison of female and male employee composition in 2020

TINGKAT KECELAKAAN KARYAWAN / EMPLOYEE ACCIDENT RATE

0,083%

PEKERJA (WORKERS)

Sepanjang 2020 Perseroan hanya memiliki 0,083% pekerja yang mengalami kecelakaan kerja / Throughout 2020 the Company only had 0.083% of workers who had work accidents

BANTUAN ALAT KESEHATAN / MEDICAL EQUIPMENT ASSISTANCE

10.000

MASKER (FACE MASK)

Pemberian bantuan 10.000 masker di 22 RS rujukan covid-19 / Providing 10,000 masks at 22 covid-19 referral hospitals



Seminar dan Edukasi

Bekerja sama dengan Ikatan Bidan Indonesia, melalui seminar dilakukan edukasi mengenai produk dan cara penggunaan popok bayi kepada para bidan oleh tim Bidan UCI, dengan tujuan agar para bidan dapat menjelaskan pada para ibu yang melahirkan di bidan.

Selain itu, melalui situs web masing-masing brand maupun media sosial diberikan berbagai macam informasi berguna, seperti misalnya mengenai tips dan saran yang dapat membantu mengurangi segala kecemasan atau keraguan yang dialami oleh perempuan yang sedang hamil, melahirkan dan membesarkan anak untuk pertama kalinya, maupun tips dan saran mengenai menstruasi, dll.

Yang kami lakukan di fasilitas Posyandu adalah mengenalkan produk popok bayi kepada ibu yang datang memeriksakan kesehatan bayinya di posyandu dengan memberikan informasi kepada ibu tentang pentingnya lingkungan yang sehat untuk menjaga kesehatan bayinya. Dan untuk meningkatkan kesadaran akan kesehatan ibu dan bayinya. Namun di tengah pandemi Covid 19, untuk sementara kami hentikan kegiatan tersebut.

Seminars and Education

In collaboration with the Indonesian Midwives Association (IBI) through seminars, we provide education regarding product knowledge and how to use baby diapers for midwives by the UCI Bidan team. So that the midwives can explain to the mothers who gave birth in the midwife.

In addition, through the websites and social media of each brand, various kinds of useful information are provided, such as tips and advice that can help reduce any concern or anxiety of women who are pregnant, giving birth and raising children for the first time, or tips and advice regarding menstruation, etc.

What we do at the Posyandu (Integrated Health Center) facilities is to introduce diaper products for babies to mothers who come to check their babies' health at the Posyandu by providing information to mothers about the importance of a healthy environment in order to maintain the health of their baby. And to increase the awareness of the health of the mother and their baby. However, in the Covid 19 pandemic, we have temporarily stopped these activities.

LINGKUNGAN HIDUP ENVIRONMENT

Manajemen lingkungan

Untuk menjalankan Kebijakan Lingkungan dan pematuhan regulasi maupun undang-undang terkait lingkungan, Perseroan mengimplementasikan Sistem Manajemen Lingkungan (EMS) ISO 14001 : 2015, dan telah mendapatkan Sertifikasi sejak tahun 2015 melalui audit oleh Badan Sertifikasi URS.

Perubahan lingkungan dan regulasi eksternal terhadap kelestarian hutan di dunia, membuat kesadaran akan pentingnya produk sustainability terus tumbuh bersama konsumen. Perseroan pun perlu menyediakan produk sustainability yang ramah lingkungan. Pulp, Tissue dan Kertas Separator dari Produk Perseroan berasal dari hutan-hutan yang dikelola secara berkelanjutan & menggunakan material-material yang diawasi. Dengan mengutamakan aspek lingkungan, sosial, ekonomi, Sertifikasi PEFC menjadi sebuah mekanisme terverifikasi yang melacak kayu dari proses pemasokan hingga barang jadi. Oleh karena itu Perseroan sejak 2020 telah mendapatkan sertifikat CoC PEFC melalui Audit oleh Badan Sertifikasi SGS pada Des 2019, dan mulai menerapkan Logo untuk Produk Export ke UCA di tahun 2021 ini, yang selanjutnya akan diperluas ke Produk Lokal dan semua Brand di semua Factory. Sehingga Perseroan ikut berkontribusi dalam manajemen hutan secara berkelanjutan sebagai upaya memelihara sumber daya yang Perseroan gunakan.

Environmental Management

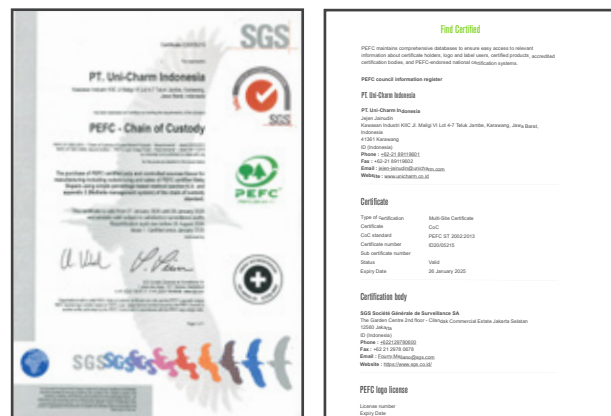
To implement the Environmental Policy and comply with regulations and laws related to the environment, the Company implements the ISO 14001: 2015 Environmental Management System (EMS), and has been certified since 2015 through audit from the URS Certification Body.

Environmental changes and external regulations on forest sustainability in the world have made awareness of the importance of sustainability products that continue to grow with consumers. The Company also needs to provide environmentally friendly sustainability products. Pulp, Tissue and Paper Separator used in Unicharm products comes from sustainably managed forests & uses controlled materials. By prioritizing environmental, social, economic aspects, PEFC Certification become a verified mechanism that tracks wood from the supply process to finished goods. Therefore, since 2020 the Company has received a PEFC CoC certificate through an Audit by the SGS Certification Body in Dec 2019, and began implementing the Logo for Export Products to UCA in 2021, which will further be extended to local products and all brands in all factories. So that the Company contributes to sustainable forest management as an effort to maintain the resources used by the Company.

ISO 14001 : 2015 Factory 1, 2, 3



CoC PEFC (UCI) & PEFC Certificate

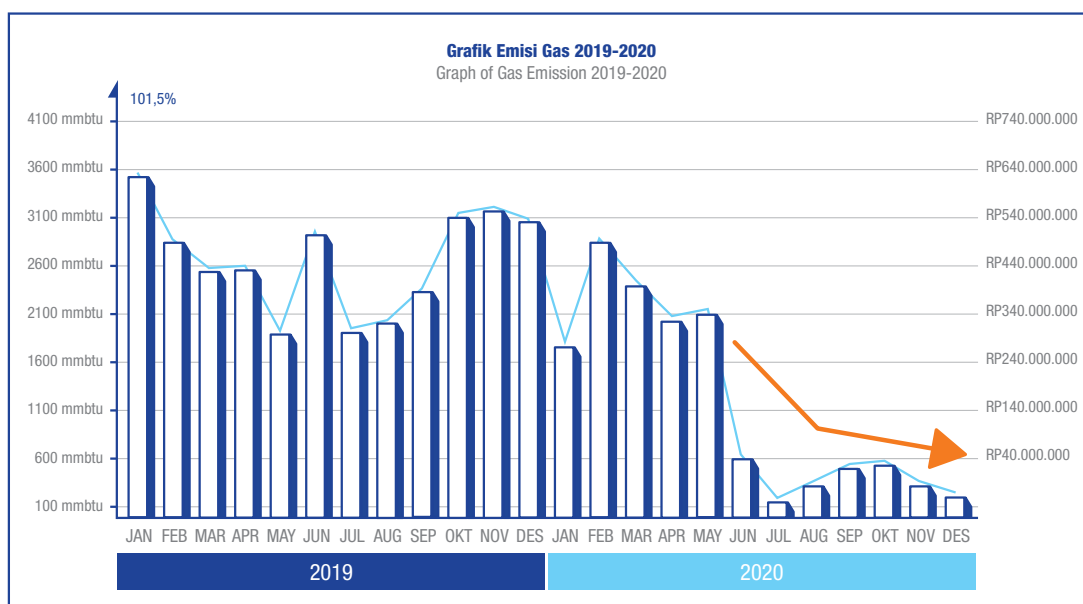
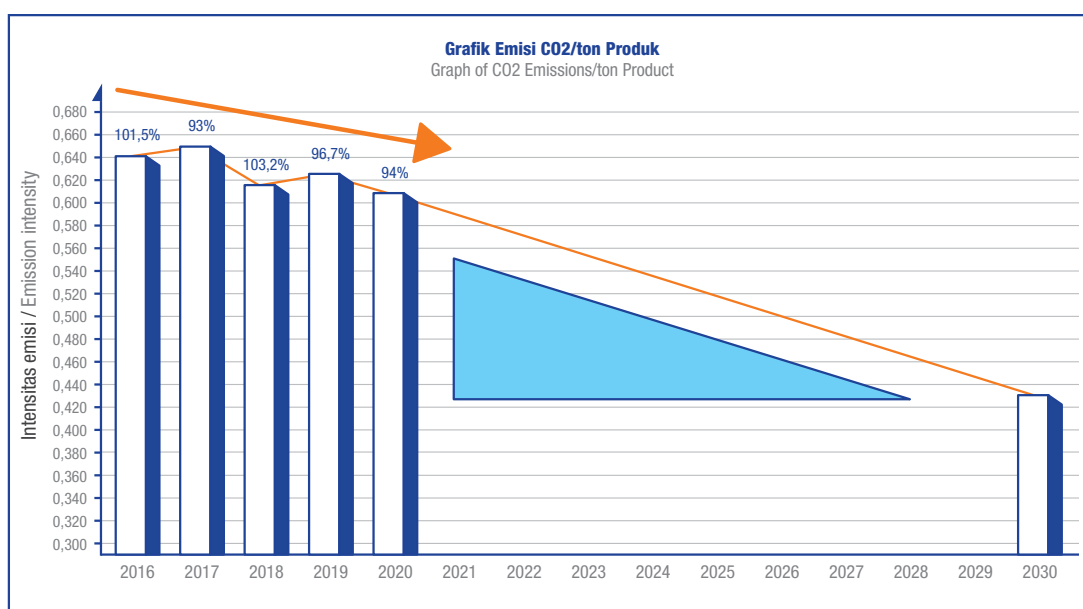


PERUBAHAN IKLIM

CLIMATE CHANGE

Perseroan sebagai maker di industry manufacture sumber emisi CO2 terbesar adalah penggunaan energi, sehingga akan terus menangani masalah energi yang berdampak pada lingkungan, melalui penerapan inisiatif efisiensi energi. Dengan memanfaatkan Teknologi Ramah Lingkungan untuk menangani masalah perubahan iklim, UCI memiliki Target untuk mengurangi CO2 pada tahun 2030, sebesar 34%. Dengan basic standar emisi CO2 di tahun 2016, sebesar 107,873 Ton, UCI melakukan beberapa aktivitas di tahun 2020, yaitu dengan mempromosikan penggantian lampu ke jenis LED, menerapkan penggantian gas Freon ke Hydrocarbon untuk AC pendingin ruangan, mengurangi jam nyala Lampu dan AC melalui sensor dan Timer, pengurangan konsumsi Gas Chiller dengan mengganti Electric Chiller dan pengaturan set temperatur, serta optimalisasi efisiensi Compressor. Sehingga meskipun volumenya meningkat, emisi CO2 di tahun 2020, yaitu 115,353 Ton, namun telah dapat dilakukan pengurangan CO2 di tahun 2020 sebesar 1,019.73 Ton, atau base on Unit Dasar di tahun 2016, yaitu 0.643 Ton menjadi 0.607 Ton di tahun 2020, atau turun sebesar 94%.

The Company as a producer in the manufacturing industry, the largest source of CO2 emissions is energy use, so that we will continue to respond energy issues that have an impact on the environment, through the implementation of energy efficiency initiatives. By leveraging Green Technology to solve the problem of climate change, UCI has a target to reduce CO2 in 2030, by 34%. With the basic CO2 emission standard in 2016, amounting to 107,873 tons, UCI is carrying out several activities in 2020, by promoting the replacement of lamps to LED types, replace Freon gas to Hydrocarbon for air conditioning, reducing the hours of lights and air conditioning through sensors and timer, reducing Chiller gas consumption by replacing the Electric Chiller and setting temperature settings, as well as optimizing compressor efficiency. So that even though the volume increases, CO2 emissions in 2020 amounted to 115,353 tons, but there has been a reduction in CO2 in 2020 by 1,019.73 tons, or base unit in 2016, which is 0.643 tons to 0.607 tons in 2020, or down by 94%.

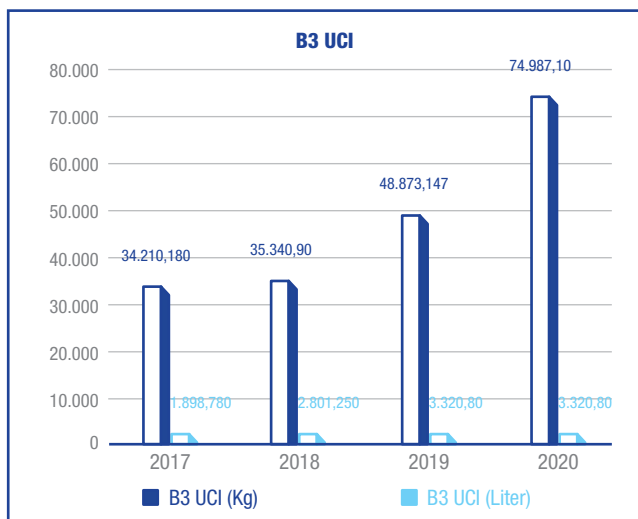
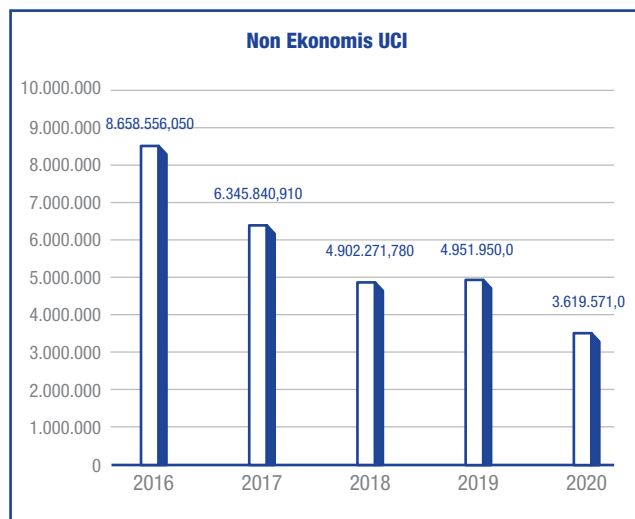
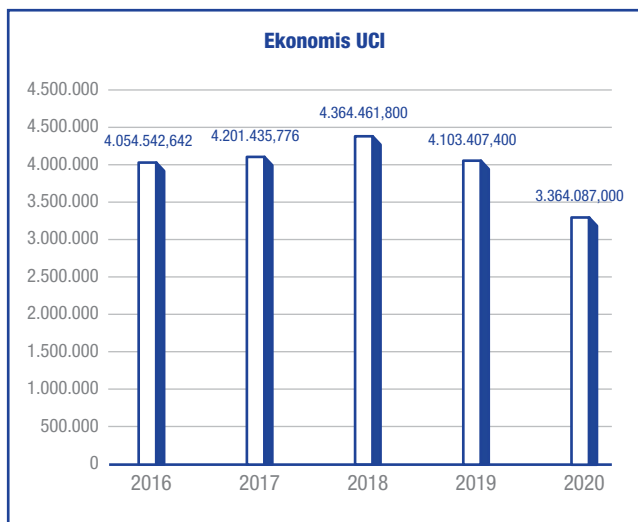
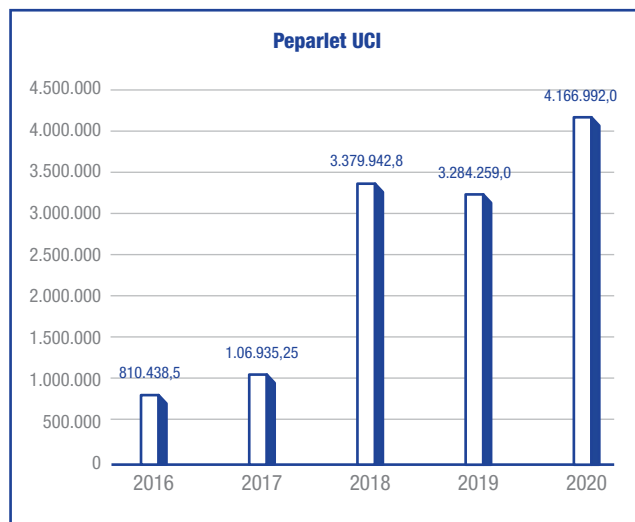


PENCEGAHAN POLUSI DAN PEMANFAATAN SUMBER DAYA

POLLUTION PREVENTION AND RESOURCE UTILIZATION

Sebagai bentuk tanggung jawab kepada lingkungan, melalui kegiatan memperjelas alur distribusi limbah yang dikeluarkan dari Factory dan mengurangi jumlah limbah, upaya dalam pengelolaan limbah dan sampah dari kegiatan manufaktur, prinsip dari UCI adalah zero waste to landfill, agar pada setiap jenis limbah yang ditimbulkan dari kegiatan agar tidak berakhir di Tempat Pembuangan Akhir di Pabrik. Ada 4 jenis limbah yang dihasilkan, yaitu Limbah Loss Produk, Limbah Ekonomis, Limbah Non-Ekonomis dan Limbah B3. Semua limbah, termasuk limbah B3 dikelola oleh pihak ketiga. Untuk menambahkan nilai dari Limbah Loss Produk serta Dust Pulp, UCI mengirim Loss Produk dan Dust Pulp ke Peparlet Japan untuk di-recycle menjadi Pasir Kucing.

As the company's responsibility for the environment, in waste treatment from manufacturing activities by clarifying the distribution flow of waste discharged from the factory and reducing the volume of waste. As general rule of the UCI is zero waste to landfill, so that any type of waste from the company's activities does not end up in the final disposal site at the factory. There are 4 types of waste produced, which are Product Loss Waste, Economical Waste, Non-Economic Waste and Toxic Waste. All waste, including toxic waste, are managed by third party. To increase the value of Product Loss Waste and Dust Pulp, UCI exports Product Loss and Dust Pulp to Peparlet Japan to be recycled into Cat Litter.



RANTAI PASOKAN (LINGKUNGAN)
SUPPLY CHAIN (ENVIRONMENT)

KEANEKARAGAMAN HAYATI

BIODIVERSITY

Penggunaan Material yang Ramah Lingkungan

Penggunaan sejumlah besar material / bahan baku yang digunakan pada brand Perseroan di atas 70% berasal dari material kehutanan, yaitu Pulp, Tissue dan Kertas Separator, dimana material tersebut dapat didaur ulang. Sehingga kami harus memastikan material tersebut dapat dipasok secara berkelanjutan untuk menjamin pertumbuhan bisnis di masa depan. Oleh karena itu, untuk meningkatkan dampak sosial yang positif di tengah masyarakat, maka komitmen kami adalah menggunakan material yang ramah lingkungan, untuk mendukung SDG's (Tujuan Pembangunan Berkelanjutan).

Dunia yang Bersih dari Sampah

Dalam mengatasi permasalahan sampah plastik di Indonesia, Unicharm menerapkan komitmen jangka panjang melalui langkah-langkah nyata, terutama yang berkaitan dengan sampah kemasan plastik sekali pakai yang umum digunakan di industri FMCG.

Untuk melindungi dan mendistribusikan produk kami secara aman dan efisien, Plastik merupakan bahan atau material utama yang memiliki jejak karbon yang lebih rendah dibandingkan dengan bahan alternatif lainnya. Meskipun sebenarnya plastik merupakan material yang banyak memberikan efisiensi dalam kehidupan, tetapi kita sama-sama sepakat bahwa ada masalah yang cukup serius dalam penggunaan plastik secara berlebihan yaitu pencemaran sampah plastik.

Kebanyakan masyarakat sudah menjadi kebiasaan menggunakan sesuatu yang di daur ulang, tetapi masih banyak sampah plastik yang belum terkelola dengan baik. Plastik memiliki tempat penampungan sendiri yang tentunya bukan di tepi jalan, saluran air, dan lautan, akan tetapi di dalam ekonomi sirkuler.

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

Use of Environmentally Friendly Materials

The use of a large number of raw materials used in all Company brands is more than 70% of forestry materials, which are Pulp, Tissue and Paper Separator, where these materials can be recycled. So we must ensure that these materials can be supplied in a sustainable manner to ensure future business growth. Therefore, to increase positive social impact in society, our commitment is to use environmentally friendly materials, to support SDG's (Sustainable Development Goals).

A World Free of Waste

In overcoming the problem of plastic waste in Indonesia, Unicharm implements a long-term commitment through concrete steps, especially with regard to single-use plastic packaging waste which is commonly used in the FMCG industry.

To protect and distribute our products safely and efficiently, plastic is the main material that has a lower carbon footprint compared to other alternative materials. Even though plastic is actually a material that provides a lot of efficiency in life, we all agree that there is a serious problem in using plastic excessively, namely plastic waste pollution.

Most people have made a habit of using something that is recycled, but there is still a lot of plastic waste that has not been managed properly. Plastics have their own reservoirs which are of course not by the side of roads, waterways and oceans, but in a circular economy.

We conducted an in-depth study of the waste management value chain, from trash bins, scavengers, used goods collectors, the recycling industry to NGOs related to solid waste as a form of Unicharm Indonesia's seriousness and consistency in responding to the challenges of environmental pollution. The results are quite surprising, there are at least 5 million scavengers in Indonesia, who are generally underprivileged, have worked hard to reduce the volume of waste, but the long chain to industry hampers their welfare. The recycling industry, although the number is not small, actually has not been able to manage the full potential of waste that can be recycled so that more investment and behavior change in society is needed.

Komitmen Perseroan

Untuk mewujudkan dunia yang bersih dari sampah, Unicharm telah menetapkan komitmen secara global bahwa paling lambat pada tahun 2025, kami akan:

- Mengurangi setengah dari penggunaan virgin plastic atau plastik baru, dengan cara mengurangi penggunaan kemasan plastik sebanyak lebih dari 100.000 ton dan mempercepat penggunaan plastik daur ulang.
- Merancang 100% kemasan plastik produk kami agar dapat didaur ulang, digunakan kembali atau dapat dirubah menjadi kompos.
- Membantu pengumpulan dan memproses kemasan plastik lebih banyak daripada yang dijual.

Perseroan menerapkan komitmen ini ke seluruh rantai bisnis mulai dari hulu, tengah, dan hilir, demikian juga dengan di Unicharm Indonesia.

HULU

Sudah menjadi dasar kami pada saat merancang produk dan kemasan, selalu mengutamakan pertanyaan pertama: apa material yang harus digunakan, agar dapat memberikan kualitas produk terbaik untuk konsumen, apakah harus menggunakan material plastik? Upaya Unicharm untuk lebih bijak plastik dimulai dari aktivitas desain produk dengan menerapkan pendekatan mengurangi plastik, plastik yang lebih baik dan tanpa plastik.

Mengurangi Plastik

Menggunakan pendekatan teknologi material, optimasi ukuran dan berat kemasan termasuk dengan mengubah kemasan produk.

Plastik yang Lebih Baik

Perseroan menggunakan roadmap yang jelas untuk kemasan jenis rigid plastic maupun flexible plastic. Kemudian, merancang dan mengembangkan kemasan plastik yang dipakai agar dapat didaur ulang dan juga menggunakan materi plastik daur ulang dalam kemasan produk-produk.

Commitment of the Company

To create a world that is free of waste Unicharm has made a global commitment that by 2025, we will:

- Halve the use of virgin plastics or new plastics, by reducing the use of plastic packaging by more than 100,000 tonnes and accelerating the use of recycled plastics.
- Design 100% of our product plastic packaging so that it can be recycled, reused or can be turned into compost.
- Helps collect and process more plastic packaging than is sold.

The Company applies this commitment to the entire business chain starting from upstream, midstream and downstream, as well as at Unicharm Indonesia.

UPSTREAM

It has become our basis when designing products and packaging to always prioritize on the first question: what materials should be used in order to provide the best product quality for consumers? Do we have to use plastic materials? Unicharm's efforts to be more wise in using plastic starts from product design that adopts an approach to reduce plastics, better plastics and no plastics.

Reduce the use of Plastics

Use a material technology approach, optimization of packaging size and weight, including changing product packaging.

Better Plastics

The Company uses a clear roadmap for packaging of both rigid plastic and flexible plastic types. Then, design and develop plastic packaging that can be recycled and also use recycled plastic materials in the packaging of products.

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

TENGAH – Edukasi dan Pengumpulan

Dalam rangka mendorong kesadaran dan membuat pemahaman baru agar plastik tetap ada di dalam lingkaran pengolahan dan pemakaian sehingga terjadi perubahan perilaku masyarakat yang menyeluruh, Unicharm berupaya agar semua pemangku kepentingan dapat berpartisipasi dalam hal tersebut. Setiap inisiatif yang dilakukan oleh komponen masyarakat memiliki arti yang sangat penting dalam mencapai ini.

Unicharm meyakini permasalahan sampah akan bisa diatasi dengan menerapkan kerangka kerja Extended Stakeholder Responsibility (ESR) - Tanggung Jawab Para Pihak yang diperluas, sejalan dengan prinsip Pemerintah atau konsep kerangka kerja yang holistik, inklusif serta terintegrasi. Beberapa inisiatif yang kami lakukan dalam konsep kerja ini diantaranya adalah sebagai berikut:

- Kegiatan Brantas River Cleaning Activities And Trash Bin Donation. Sebagai bentuk tanggung jawab sosial lingkungan, Perseroan mengadakan kegiatan peduli kebersihan di area sungai Brantas, Jawa Timur.
- Program bersih-bersih sungai, karyawan Factory 3 (East Java Factory) Timur melaksanakan program yang sama pada bulan Maret lalu, berlokasi di Desa Kutorejo di Kota Mojokerto, Provinsi Jawa Timur. Lebih dari 70 orang yang berpartisipasi, yang terdiri dari karyawan, LSM yang peduli terhadap lingkungan, masyarakat sekitar dan anggota TNI
- Perseroan berperan aktif dalam menjaga dan mewujudkan kebersihan sungai dan pelestarian lingkungan. Dalam acara ini Perseroan juga menyumbangkan tempat sampah dan papan peringatan “dilarang membuang sampah ke sungai”.

HILIR

Unicharm menerapkan investasi yang signifikan dalam mengatasi masalah sampah kemasan plastik di bagian hilir pengolahan sampah dengan mengembangkan dan piloting Teknologi CreaSolv®. Limbah plastik multilayer (FP) bisa diolah kembali menjadi bahan baku melalui teknologi CreaSolv®. Teknologi CreaSolv® merupakan yang pertama dan satu-satunya di dunia di pabrik percontohan kami yang berlokasi di Sidoarjo, Jawa Timur.

Unicharm juga melaksanakan kerja sama dalam forum pemangku kepentingan Packaging and Recycling Association for Indonesia Sustainable Environment (PRAISE) dalam penerapan konsep ekonomi sirkular untuk kemasan plastik. Dua program yang menjadi konsentrasi kami adalah Bali Bersih Project dan Collective Dropbox Project.

Our aspiration is to bring products to consumers without using plastic packaging, using alternative materials or using a different business model such as durable, refillable packaging.

MIDSTREAM - Education and Collection

In order to encourage awareness and create new understanding so that plastic remains in the processing and use circle to help a comprehensive change in community behavior, Unicharm strives for all stakeholders to participate. In achieving this, every initiative undertaken by the community component is vital.

Unicharm believes that the waste problem can be solved by implementing the Extended Stakeholder Responsibility (ESR) framework - The responsibilities of all parties are expanded, In line with the Government's principles or the concept of a holistic, inclusive and integrated framework. Some of the initiatives that we have undertaken in this work concept are as follows:

- Brantas River Cleaning Activities And Trash Bin Donation. As a form of corporate social and environmental responsibility, the Company conducted activities of cleaning the Brantas River, East Java.
- River cleaning program. Employees of Factory 3 (East Java Factory) carried out the same program last March in Kutorejo Village, Mojokerto City, East Java Province. More than 70 people participated, consisting of employees, NGOs that care about the environment, local communities and members of the TNI
- The Company plays an active role in maintaining and realizing cleanliness of rivers and environmental preservation. In this event, the Company also donated trash bins and a warning board that says “it is prohibited to throw garbage into the river”.

DOWNSTREAM

Unicharm is making significant investments in addressing the problem of plastic packaging waste downstream of waste processing by developing and piloting CreaSolv® Technology. Multilayer plastic waste (FP) can be reprocessed into raw materials through CreaSolv® technology. CreaSolv® technology is the first and only one in the world at our pilot plant located in Sidoarjo, East Java.

Unicharm also collaborates with the Packaging and Recycling Association for Indonesia Sustainable Environment (PRAISE) stakeholder forum in the application of the circular economy concept for plastic packaging. Two programs we focus on are Bali Bersih Project and Collective Dropbox Project.

SUMBER AIR

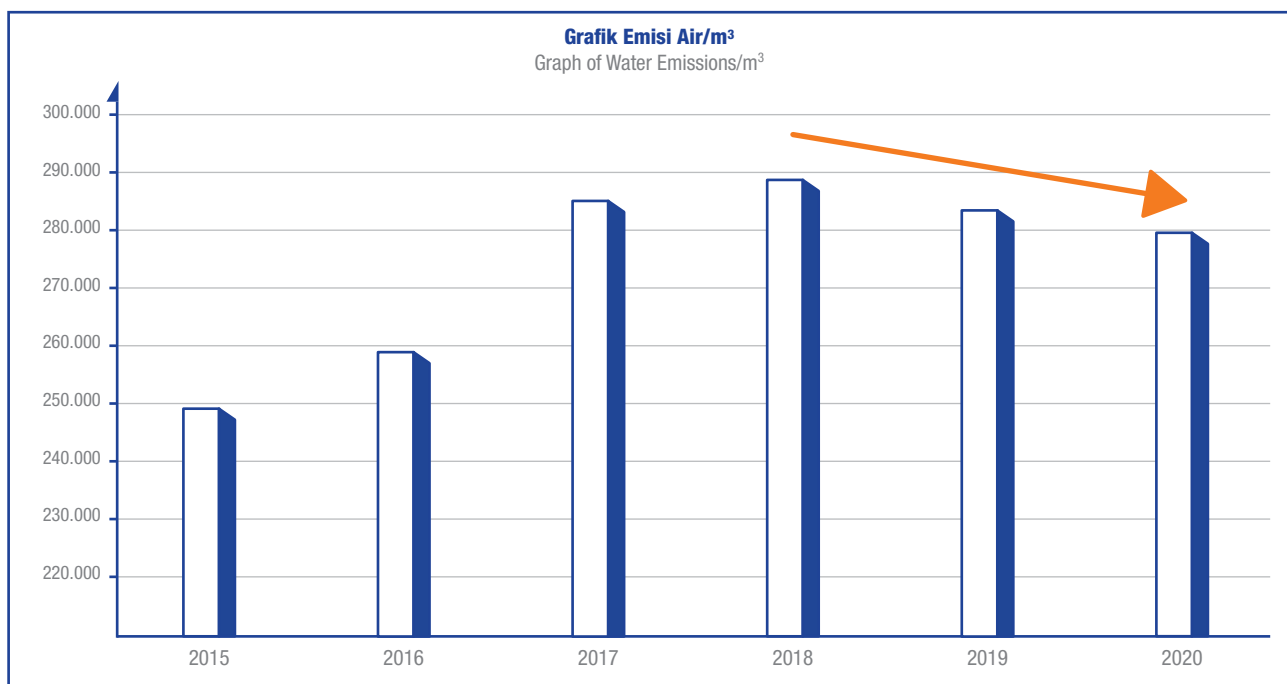
WATER RESOURCES

Upaya untuk mengurangi konsumsi / pemakaian air dilakukan melalui efisiensi penggunaan air dan perbaikan proses. Dengan melakukan pengembangan horizontal ke 3 pabrik, inisiatif untuk mengurangi pemakaian air, antara lain adalah :

1. Pengaturan sistem penggunaan air dengan memasang valve kran dan mengganti kran ke type spray.
2. Pengurangan Setting Inverter Booster Pump Building dan Booster Pump Cooling Tower.
3. Mengurangi volume air Blow Down Drain Cooling Tower Chiller.

Initiative to reduce water consumption are carried out through efficient water use and process improvements in 3 factories, including:

1. Setting the water use system by installing a valve and changing the faucet to the spray type.
2. Reduced Inverter Booster Pump Building and Booster Pump Cooling Tower's settings.
3. Blow Down Drain Cooling Tower Chiller's water volume reduction.



HASIL KEGIATAN
ACTIVITY RESULTS

Kinerja Ekonomi
Economy Performance

Dinyatakan dalam jutaan Rupiah, kecuali dinyatakan lain

Expressed in millions of Rupiah, unless otherwise stated

KETERANGAN	2020	2019	2018	INFORMATION
Kuantitas Produksi (buah)	7.326.787.541	7.228.814.399	7.436.260.845	Quantity of Product (pieces)
Pendapatan Bersih	8.433.933	8.519.760	8.350.583	Net Revenue
Laba bersih	311.682	398.704	181.156	Net Profit
(Beban/pendapatan, lain-lain) Bersih	(99,261)	(39,068)	(213.520)	(Expenses/Income, Others) Net

Kinerja Lingkungan
Environment Performance

KETERANGAN	2020	2019	2018	INFORMATION
Penggunaan Emisi CO2 (CO ₂ /ton produk)	112.286,37	110.460,04	109.162,42	CO2 Emissions Usage (CO ₂ /ton product)
Penggunaan Listrik (kWh)	138.796.497	136.538.988	134.935.012	Electricity Usage (kWh)
Penggunaan Listrik (Rp)	174.112.875.437	171.924.600.756	170.938.877.092	Electricity Usage (Rp)
Penggunaan Air (m ³)	419.813	453.819	516.066	Water Usage (m ³)
Penggunaan Air (Rp)	4.875.165.912	4.929.085.295	5.555.639.090	Water Usage (Rp)
Limbah				Waste
Preparlet UCI	4.166.992,0	3.284.259,0	3.379.942,8	Preparlet UCI
Ekonomis UCI	3.364,087	4.103.407,400	4.364.461,800	Economic UCI
Non Ekonomis UCI	3.619.571,000	4.951.950,000	4.902.271,780	Non Economic UCI
B3 UCI (kg)	74.987,10	48.873,147	35.340,90	B3 UCI (kg)
B3 UCI (liter)	2.778,540	3.320,80	2.801,250	B3 UCI (liter)

Kinerja Sosial
Social Performance

KETERANGAN	2020	2019	2018	INFORMATION
Jumlah Karyawan (orang)	2.402	2.282	2.164	Total Employees (person)
Rasio Karyawan Perempuan (%)	57,1%	59,8%	62,0%	Female Employee Ratio (%)

DATA SITUS
SITE DATA

Alamat Pabrik / Factory Address :

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

HAK ASASI MANUSIA HUMAN RIGHTS

Menghormati Hak Asasi Manusia

Kami tidak akan pernah mendiskriminasi orang berdasarkan ras, agama, jenis kelamin, latar belakang keluarga, kecacatan fisik, atau faktor lainnya.

Kami tidak akan mentolerir pekerja anak dan kerja paksa. Kami akan berusaha keras untuk memastikan kesejahteraan rekan kami dan keluarga mereka dengan menerapkan dan mengevaluasi mereka secara adil dan setara, menghormati hak asasi manusia dan individualitas masing-masing, dan menciptakan lingkungan kerja yang memungkinkan mereka untuk menggunakan kemampuan mereka.

* Konstitusi Jepang Pasal 14, Pasal 3, 5, dan 56 hingga 64 Undang-Undang Ketenagakerjaan, Pasal 34 Undang-Undang Kesejahteraan Anak *

Larangan pelecehan seksual

Kami tidak pernah terlibat dalam tindakan pelecehan seksual atau tindakan yang mungkin disalahpahami oleh orang lain sebagai pelecehan seksual. Kami tidak pernah mengatakan atau melakukan apa pun yang membuat orang lain merasa tidak nyaman, dan akan mencegah orang lain melakukannya.

* Pasal 21 Undang-Undang tentang Menjamin Kesempatan dan Perlakuan yang Setara antara Pria dan Wanita dalam Pekerjaan *

Larangan gangguan kekuasaan

Kami tidak pernah terlibat dalam tindakan yang merusak kepribadian dan melanggar martabat karyawan secara terus menerus, merusak lingkungan kerja mereka, atau menyebabkan mereka cemas dalam pekerjaan di luar jangkauan operasi bisnis dengan memanfaatkan kekuatan apa pun seperti kewenangan resmi.

TANGGUNG JAWAB KEPADA PELANGGAN KAMI RESPONSIBILITY TO OUR CUSTOMERS

Seluruh produk yang diproduksi dan di distribusikan oleh PT Uni-Charm Indonesia Tbk memiliki ijin edar dalam kategori produk Alat Kesehatan yaitu pembalut wanita dan popok untuk orang dewasa dan kategori produk Perbekalan Kesehatan Rumah Tangga yaitu popok bayi dan tisu basah.

Setiap produk yang di produksi oleh unicharm tercantum komposisi yang terkandung di setiap kemasan produk. Meskipun Produk-produk yang di produksi oleh Unicharm belum diwajibkan untuk mendapatkan sertifikasi SNI, tetapi semua produk Unicharm telah memenuhi persyaratan SNI seperti daya serap dan aspek fluoresensi.

Respect for Human Rights

We will never discriminate against people based on race, religion, gender, family background, physical disability, or other factors.

We will not tolerate child labor and forced labor. We will strive to ensure the welfare of our associates and their families by employing and evaluating them fairly and equitably, respecting the human rights and individuality of each, and creating work environments that allow them to make use of their abilities.

Article 14 of the Constitution of Japan, Articles 3, 5, and 56 to 64 of the Labor Standards Act, Article 34 of the Child Welfare Act

Prohibition of sexual harassment

We will never engage in acts of sexual harassment or acts that may be misunderstood by others as sexual harassment. We will never say or do anything that makes others feel uncomfortable, and will prevent others from doing so.

Article 21 of the Act on Securing Equal Opportunity and Treatment between Man and Women in Employment

Prohibition of power harassment

We will never engage in acts that damage the personality and violate the dignity of associates continuously, impair their working environment, or cause them employment anxiety beyond the range of proper business operations by taking advantage of any power such as official authority.

All products manufactured and distributed by PT Uni-Charm Indonesia Tbk have obtained distribution licenses, for the medical product category: sanitary napkins and adults diapers, and for the Household Health Supplies product category: baby diapers and wet wipes.

Every product manufactured by Unicharm lists the composition contained in each product packaging. Although the products manufactured by Unicharm are not yet required to obtain SNI certification, all Unicharm products have already met SNI requirements, such as in absorption and fluorescence aspects.

Unicharm menerapkan sistem pengecekan melalui standar Prosedur yang ditetapkan untuk menghasilkan produk yang memenuhi spesifikasi kenyamanan, keselamatan dan kualitas tinggi. Unicharm melakukan proses Quality Control secara ketat dan sesuai standar pada setiap tahapan proses, mulai dari tinjauan desain, verifikasi produk dan produksi, mulai dari pengadaan, penerimaan material, penyimpanan material, proses produksi, penyimpanan barang jadi, dan pengiriman sesuai Quality Prosedur Pengendalian Mutu dan Keamanan Produk.

Dalam hal menunjang pengelolaan kualitas, Unicharm telah menerapkan Standar Internasional untuk Sistem Manajemen Mutu ISO 9001 sejak tahun 2004, dan Sistem Manajemen Peralatan Medis ISO 13485 sejak tahun 2014 sebagai jaminan keamanan, kualitas dan manfaat produk. Selain itu ditunjang oleh penerapan sertifikasi Sistem Jaminan Halal (HAS 23000) untuk semua 4 pabrik sejak tahun 2016 yang merupakan suatu pertimbangan konsumen dalam memilih dan menggunakan suatu produk dan juga menerapkan Sistem Manajemen K3 (Keselamatan dan Kesehatan Kerja) untuk menjamin keselamatan dan keamanan pekerja. Kemudian, Untuk menjamin keamanan produk dan semua yang terlibat dalam proses produksi, Unicharm telah memenuhi regulasi dari Kemenkes, yaitu dengan lulusnya Sertifikasi CPAKB (Cara Pembuatan Alat Kesehatan yang Baik) dan CPPKRTB (Cara Pembuatan Perbekalan Kesehatan Rumah Tangga yang Baik).

Berkomunikasi dengan Pelanggan

Terhadap mekanisme pengaduan masalah lingkungan, secara umum PT Uni-Charm Indonesia Tbk. menerapkan langkah-langkah mengacu kepada PERMEN LH No.9/2010 "Tata Cara Pengaduan dan Penanganan Pengaduan Lingkungan Hidup" dan Alur Penanganan Contingency Plan pada bagian Lingkungan. Pengaduan yang datang dari masyarakat / LSM melalui Surat ditujukan ke Perseroan disampaikan ke bagian Corporate Plan, atau melalui email Customer Service (customer@unicharm.co.id). Bekerja sama dengan bagian terkait yang menangani Lingkungan (EMS) dari setiap Factory, untuk kemudian didiskusikan jalan keluar dan disampaikan ke DLH setempat.

Namun selain itu didukung oleh mekanisme yang dikelola oleh bagian Corporate dan sistem lainnya, seperti Internal Control, Audit Internal dan Eksternal, Kode Etik, yang mengacu kepada "UC Group Charter of Action", yaitu Janji kepada Masyarakat melalui seluruh kegiatan Perseroan, akan membantu terwujudnya kepuasan moral dan ekonomi baik bagi semua orang yang terlibat di dalamnya maupun seluruh masyarakat, dan demi menjaga lingkungan hidup dalam seluruh kegiatan usahanya melaksanakan tindakan terhadap lingkungan berdasarkan standard original yang tinggi, serta mementingkan semangat patuh pada hukum lebih dari apapun, dan demi melakukan hal yang benar, akan menjaga kegiatan manajemen dengan keberanian dan ketegasan.

Jumlah Dan Materi Pengaduan Lingkungan Hidup Yang Diterima Dan Diselesaikan

Pada tahun 2020 tidak ada laporan terkait masalah lingkungan.

Unicharm conducts a checking system through established standard procedures to produce products that meet specifications for comfort, safety and high quality. Unicharm carries out Quality Control process strictly according to preestablished standards at every stage of the production process, starting from design review, product and production verification, procurement, material receipt, material storage, production process, storage of finished goods, to delivery. These whole processes are according to Quality Quality Control Procedures and Product Safety.

In terms of supporting quality management, Unicharm has implemented International Standards for the ISO 9001 Quality Management System and the ISO 13485 Medical Equipment Management System since 2014 as a guarantee of product safety, quality and benefits. Unicharm has also implemented the Halal Assurance System (HAS 23000) certification in all 4 factories since 2016. This certification is for consumers' consideration in choosing and using products. Unicharm also applies the K3 Management System (Occupational Safety and Health) to ensure worker safety and security. To ensure product safety and all those involved in the production process, Unicharm has complied with the regulations of the Ministry of Health, by acquiring the CPAKB (Good Manufacturing Practice for Medical Products) and CPPKRTB (Good Manufacturing Practice for Household Health Supplies Products) Certification.

Communicating with Customers

The mechanism for complaints about environmental problems, basically PT Uni-Charm Indonesia Tbk. implementing steps referring to the Regulation of the Minister of Environment No.9 / 2010 "Procedures for Complaints and Handling of Environmental Complaints" and the Contingency Plan Handling Flow in the Environment part. Complaints that come from the community / NGOs via letters are addressed to the company, submitted to the Corporate Planning Department, or through Customer Service's email (customer@unicharm.co.id). Corporate Planning Department will working closely with the related department in charge of the Environment (Environment Management System) of each Factory, to discuss the solution and report to the local Environment Bureau.

But apart from that it is also supported by other mechanisms and systems, such as Internal Control, Internal and External Audit, the Code of Ethics which refers to the "Unicharm Group Charter of Action", which is Commitment to Society, Unicharm commits to contribute to the economic and mental fulfillment of the entire society and population in every aspect of corporate activities. Unicharm will contribute to the sustainable society by reducing the environmental impact on earth in every aspect of corporate activities. Unicharm will actively carry out the business in a manner which can contribute to accelerate the economic development of local communities and global society. Unicharm will comply with the laws and regulations, above all, at any time and carry out the business activities with courage and intensity to perform the rightful things.

Number and Material of Environmental Complaints Received and Resolved

There is no incoming reports regarding environmental issues in 2020.



Dalam hal menunjang pengelolaan kualitas, Unicharm telah menerapkan Standar Internasional untuk Sistem Manajemen Mutu ISO 9001 sejak tahun 2004, dan Sistem Manajemen Peralatan Medis ISO 13485 sejak tahun 2014 sebagai jaminan keamanan, kualitas dan manfaat produk. Selain itu ditunjang oleh penerapan sertifikasi Sistem Jaminan Halal (HAS 23000) untuk semua 4 pabrik sejak tahun 2016 yang merupakan suatu pertimbangan konsumen dalam memilih dan menggunakan suatu produk dan juga menerapkan Sistem Manajemen K3 (Keselamatan dan Kesehatan Kerja) untuk menjamin keselamatan dan keamanan pekerja. Kemudian, Untuk menjamin keamanan produk dan semua yang terlibat dalam proses produksi, Unicharm telah memenuhi regulasi dari Kemenkes, yaitu dengan lulusnya Sertifikasi CPAKB (Cara Pembuatan Alat Kesehatan yang Baik) dan CPPKRTB (Cara Pembuatan Perbekalan Kesehatan Rumah Tangga yang Baik).

Persentase produk yg sudah di evaluasi keamanannya

Seluruh produk yang diproduksi dan di distribusikan oleh PT Uni-Charm Indonesia Tbk memiliki ijin edar dalam kategori produk Alat Kesehatan yaitu pembalut wanita dan popok untuk orang dewasa dan kategori produk Perbekalan Kesehatan Rumah Tangga yaitu popok bayi dan tisu basah.

Setiap produk yang di produksi oleh unicharm tercantum komposisi yang terkandung di setiap kemasan produk. Meskipun Produk-produk yang di produksi oleh Unicharm belum diwajibkan untuk mendapatkan sertifikasi SNI, tetapi semua produk Unicharm telah memenuhi persyaratan SNI seperti daya serap dan aspek fluoresensi.

Unicharm menerapkan sistem pengecekan melalui standar Prosedur yang ditetapkan untuk menghasilkan produk yang memenuhi spesifikasi kenyamanan, keselamatan dan kualitas tinggi. Unicharm melakukan proses Quality Control secara ketat dan sesuai standar pada setiap tahapan proses, mulai dari tinjauan desain, verifikasi produk dan produksi, mulai dari pengadaan, penerimaan material, penyimpanan material, proses produksi, penyimpanan barang jadi, dan pengiriman sesuai Quality Prosedur Pengendalian Mutu dan Keamanan Produk.

Dalam hal menunjang pengelolaan kualitas, Unicharm telah menerapkan Standar Internasional untuk Sistem Manajemen Mutu ISO 9001 sejak tahun 2004, dan Sistem Manajemen Peralatan Medis ISO 13485 sejak tahun 2014 sebagai jaminan keamanan, kualitas dan manfaat produk. Selain itu ditunjang oleh penerapan sertifikasi Sistem Jaminan Halal (HAS 23000) untuk semua 4 pabrik sejak tahun 2016 yang merupakan suatu pertimbangan konsumen dalam memilih dan menggunakan suatu produk dan juga menerapkan Sistem Manajemen K3 (Keselamatan dan Kesehatan Kerja) untuk menjamin keselamatan dan keamanan pekerja. Kemudian, Untuk menjamin keamanan produk dan semua yang terlibat dalam proses produksi, Unicharm telah memenuhi regulasi dari Kemenkes, yaitu dengan lulusnya Sertifikasi CPAKB (Cara Pembuatan Alat Kesehatan yang Baik) dan CPPKRTB (Cara Pembuatan Perbekalan Kesehatan Rumah Tangga yang Baik).

In terms of supporting quality management, Unicharm has implemented International Standards for the ISO 9001 Quality Management System and the ISO 13485 Medical Equipment Management System since 2014 as a guarantee of product safety, quality and benefits. Unicharm has also implemented the Halal Assurance System (HAS 23000) certification in all 4 factories since 2016. This certification is for consumers' consideration in choosing and using products. Unicharm also applies the K3 Management System (Occupational Safety and Health) to ensure worker safety and security. To ensure product safety and all those involved in the production process, Unicharm has complied with the regulations of the Ministry of Health, by acquiring the CPAKB (Good Manufacturing Practice for Medical Products) and CPPKRTB (Good Manufacturing Practice for Household Health Supplies Products) Certification.

The Percentages of products that have been evaluated for safety

All products manufactured and distributed by PT Uni-Charm Indonesia Tbk have obtained distribution licenses, for the medical product category: sanitary napkins and adults diapers, and for the Household Health Supplies product category: baby diapers and wet wipes.

Every product manufactured by Unicharm lists the composition contained in each product packaging. Although the products manufactured by Unicharm are not yet required to obtain SNI certification, all Unicharm products have already met SNI requirements, such as in absorption and fluorescence aspects.

Unicharm conducts a checking system through established standard procedures to produce products that meet specifications for comfort, safety and high quality. Unicharm carries out Quality Control process strictly according to preestablished standards at every stage of the production process, starting from design review, product and production verification, procurement, material receipt, material storage, production process, storage of finished goods, to delivery. These whole processes are according to Quality Quality Control Procedures and Product Safety.

In terms of supporting quality management, Unicharm has implemented International Standards for the ISO 9001 Quality Management System and the ISO 13485 Medical Equipment Management System since 2014 as a guarantee of product safety, quality and benefits. Unicharm has also implemented the Halal Assurance System (HAS 23000) certification in all 4 factories since 2016. This certification is for consumers' consideration in choosing and using products. Unicharm also applies the K3 Management System (Occupational Safety and Health) to ensure worker safety and security. To ensure product safety and all those involved in the production process, Unicharm has complied with the regulations of the Ministry of Health, by acquiring the CPAKB (Good Manufacturing Practice for Medical Products) and CPPKRTB (Good Manufacturing Practice for Household Health Supplies Products) Certification.

Dampak yang ditimbulkan dari produk dan proses distribusi

Perseroan merupakan perusahaan yang didirikan berdasarkan motivasi dan misi dari pendirinya, yaitu untuk memberikan kehidupan yang lebih baik bagi masyarakat yang menggunakan produk kami. Warisan inilah yang membawa Perseroan menjadi salah satu perusahaan Fast Moving Consumer Goods (FMCG) terdepan di Indonesia. Perseroan telah hadir lebih dari 20 tahun melalui brand dan produk yang memberikan dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan. Brand-brand dengan tujuan menjadi ujung tombak kami dalam menjalankan misi untuk mendorong pertumbuhan yang menguntungkan dan berkelanjutan seraya menciptakan dampak positif bagi masyarakat dan telah berupaya mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan.

Perseroan sebagai produsen produk-produk barang konsumsi telah memiliki kerjasama dengan banyak distributor yang membantu untuk memenuhi permintaan masyarakat atas produk-produk berkualitas Perseroan. Dengan jangkauan distribusi secara nasional, kerja sama ini tentu telah memberikan dampak positif yakni memberikan lapangan kerja bagi masyarakat sekitar dan secara nasional, para distributor membeli produk Perseroan sebagai agen dan menjual produk-produk tersebut kepada pelanggan ritel dan grosir. Sehingga dengan demikian Perseroan turut andil berperan dalam memberikan kontribusi kepada masyarakat dalam meningkatkan ekonomi masyarakat serta mengurangi dampak lingkungan dalam setiap aspek kegiatan Perseroan.

Jumlah produk yang ditarik kembali

Selama tahun 2020, terdapat penarikan produk dari pasar. Produk tersebut diantaranya adalah sebagai berikut:

- Lifree Perkat sebanyak 81 (delapan puluh satu) karton yang ditarik pada tanggal 31 Agustus 2020 dikarenakan adanya kesalahan pengemasan.
- MamyPoko Pants Xtra Kering sebanyak 48 (empat puluh delapan) karton yang ditarik pada tanggal 26 Oktober 2020 dikarenakan adanya kerusakan pada lipatan produk.

The impact of the product and distribution process

The Company is a company that was founded based on the motivation and mission of its founders, which is to provide a better life for the people who use our products. This legacy has made the Company one of the leading Fast Moving Consumer Goods (FMCG) companies in Indonesia. The company has been present for more than 20 years through brands and products that have a positive impact on society and the environment. Our brands are at the forefront of our mission to drive profitable and sustainable growth while creating a positive impact on society and we also have worked to reduce negative impacts on the environment.

As a producer of consumer goods products, the Company has collaborated with many distributors who help to meet public demand for the Company's quality products. With national distribution coverage, this cooperation has certainly had a positive impact: providing employment for the surrounding community and nationally, and distributors buying the Company's products as agents and selling these products to retail and wholesale customers. Thus, the Company plays a role in contributing to society in improving the community's economy and reducing environmental impacts in every aspect of the Company's activities.

Number of products withdrawn

During 2020, there will be product withdrawals from the market. These products include the following:

- Lifree of 81 (eighty one) cartons withdrawn on August 31, 2020 due to packaging errors.
- 48 (forty eight) cartons of MamyPoko Pants Xtra Kering were withdrawn on October 26, 2020 due to damage to product folds.

Survei kepuasan pelanggan

Suara Konsumen adalah hotline khusus untuk layanan konsumen Perseroan, yang dapat dihubungi melalui telepon di 0800-1522-822 atau e-mail: customer@unicharm.co.id. Semua umpan balik yang diterima melalui Suara Konsumen akan diterima langsung dan ditindaklanjuti oleh unit terkait.

Setiap keluhan maupun pertanyaan yang disampaikan oleh konsumen diberikan tanggapan secara cepat pada hari itu juga kecuali hari libur melalui telepon / email / media sosial oleh staff Customer Service. Apabila ada produk yang masih secara terus menerus di keluhkan oleh konsumen, maka Perseroan melakukan penarikan produk kemudian menginvestigasi penyebab dan diberikan laporan atas hasil investigasi. Kemudian Perseroan akan mengganti produk pengganti demi menjawab keluhan dari konsumen. Apabila diperlukan, tim Customer Service dengan departemen terkait seperti QC & QA, R&D, Marketing dll akan melakukan kunjungan langsung ke rumah konsumen untuk mengetahui lebih detail mengenai keluhan dan memberikan penjelasan kepada konsumen terkait penyebab kegagalan produk.

Perseroan menerapkan sistem pengecekan melalui standard Prosedur yang ditetapkan untuk menghasilkan produk yang memenuhi spesifikasi kenyamanan, keselamatan dan kualitas tinggi. Perseroan melakukan proses Quality Control secara ketat dan sesuai standar pada setiap tahapan proses, mulai dari tinjauan desain, verifikasi produk dan produksi, mulai dari pengadaan, penerimaan material, penyimpanan material, proses produksi, penyimpanan barang jadi, dan pengiriman sesuai Quality Prosedur Pengendalian Mutu dan Keamanan Produk.

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

Customer satisfaction survey

Consumer Voice is a special hotline for the company's customer service, which can be contacted by telephone at 0800-1522822 or e-mail: customer@unicharm.co.id. All feedback received through Consumer Voice will be received directly and acted upon by the related unit.

Every complaint or question submitted by consumers is responded quickly on the same day, except for holidays via telephone/email/ social media by Customer Service staff. If there is a product that consumers keep to complaining about, the company will withdraw the product and investigate the cause and be given a report on the results of the investigation. Then, the company will provide replacement products to answer complaints from consumers. If necessary, the Customer Service team with related departments such as QC & QA, R&D, Marketing etc. will conduct direct visits to consumers' homes to find out more details about complaints and provide explanations to consumers regarding the causes of product failures.

The company implements a checking system through established standard procedures to produce products that meet specifications for comfort, safety and high quality. The company carries out the Quality Control process strictly and according to Quality Control Procedures and Product Safety standards at every stage of the process, starting from design review, product and production verification, procurement, material receipt, material storage, production process, storage of finished goods and delivery.

To improve service performance, every year the company conducts a consumer satisfaction survey. The survey results and customer service records serve as our reference for taking corrective action and improving customer service.

Kinerja Manajemen Pelayanan Konsumen Consumer Management Performance	2020	2019
Pengaduan yang diterima / Complaints Received	596	407
Pengaduan yang terselesaikan / Complaints resolved	274	318

STANDAR TENAGA KERJA

LABOR STANDARDS

Kami berkontribusi untuk menciptakan kualitas hidup yang lebih baik untuk semua orang dengan hanya menawarkan produk dan layanan terbaik kepada pasar dan pelanggan, baik di Jepang maupun di luar negeri.

Kami berusaha keras untuk mengejar prinsip-prinsip manajemen Perseroan yang tepat yang menggabungkan pertumbuhan Perseroan, kesejahteraan asosiasi dan pemenuhan tanggung jawab sosial kami.

Kami menghasilkan buah kerja sama berdasarkan integritas dan harmoni, dengan menghormati kemandirian individu dan berjuang untuk mempromosikan Lima Pilar Besar.

Lima Pilar Besar dan Prinsip Aksi Asosiasi

1. Kreativitas & Inovasi

Kami akan menghormati penciptaan nilai-nilai masyarakat baru dan memelihara semangat yang selalu mencari inovasi.

Kami akan terus menjadi pembuat kategori yang menciptakan nilai baru yang unik, dan akan menawarkan produk dan layanan yang memberikan nilai tersebut.

Untuk menciptakan nilai baru, kami akan terus mengembangkan diri saat kami bekerja untuk mewujudkan impian kami.

2. Kepemilikan

Kami akan mengikuti jejak pendiri kami, berusaha untuk mengungkap masalah dari perspektif Perseroan dan menyelesaikannya untuk mencapai target manajemen kami.

Kita semua akan berbagi semangat pemilik Perseroan dan berusaha untuk mencapai tujuan kami dalam kesuksesan bisnis dipikiran dan meningkatkan kemampuan kami untuk menyelesaikan tugas sendiri.

Untuk memaksimalkan keuntungan dari semua bisnis kami, kami akan mengumpulkan dan menggunakan berbagai macam informasi dan membuat penilaian yang sesuai.

Bersamaan dengan penciptaan nilai, kami akan menerapkan kesadaran biaya yang sesuai untuk memastikan bahwa kami memperoleh keuntungan dengan cara yang adil.

3. Semangat tantangan

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

Kami akan terus mengincar posisi nomor satu tanpa membiarkan masalah membuat kami putus asa.

Kami akan mengambil sikap untuk sepenuhnya mengakui prosedur yang telah ditetapkan dan kemudian mengembangkan,

We contribute to creating a better quality of life for everyone by offering only the finest products and services to the market and customers, both in Japan and abroad.

We strive to pursue proper corporate management principles which combine corporate growth, associate well-being and the fulfillment of our social responsibilities.

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.

Five Great Pillars and Associate Principles of Action

1. Creativity & Innovation

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

We will continue to be a category creator that creates unique new value, and will offer products and services that provide that value.

To create new value, we will continually progress ourselves as we work toward the realization of our dream.

2. Ownership

We will follow in the footsteps of our founder, striving to uncover issues from a company-wide perspective and solve them to achieve our management targets.

We will all share the spirit of the owners of the company and strive to achieve our goals by keeping business success in mind and improving our ability to complete duties by ourselves.

To maximize the profits from all our businesses, we will collect and utilize a wide variety of information and make appropriate judgments.

In tandem with creating value, we will implement appropriate cost awareness to ensure that we obtain profits in a fair manner.

3. Spirit of challenge

We will continue to transform our abilities without fear of failure and maintain a positive attitude, based on our belief in the capacity of challenge to tap into unlimited potential.

We will constantly aim for the number one position without allowing any problems to discourage us.

We will take a stance of fully acknowledging the established procedures and then developing, testing, and implementing

menguji, dan menerapkan metode baru yang akan melepaskan diri dari prosedur tersebut.

Kami akan menantang untuk menjadi lebih baik daripada produsen global terkemuka dengan kebijaksanaan, kecepatan, dan antusiasme.

4. Kepemimpinan

Kami akan menjadi pemimpin yang mampu memotivasi orang lain dengan tekad kami sendiri dengan secara jelas menunjukkan jalan yang harus diikuti oleh organisasi.

Kami akan bertindak secara sukarela dan positif tanpa membiarkan diri kami kehilangan fokus.

Kami akan mengklarifikasi tujuan dan strategi kami, saling menghormati ide dan pendapat satu sama lain, dan menerapkan ide dan pendapat secara efektif untuk mencapai prestasi.

Kami bertujuan untuk meningkatkan kemampuan satu sama lain dan mengembangkan sumber daya manusia yang akan memimpin generasi berikutnya.

5. Permainan adil

Kami akan menjalankan aktivitas Perseroan yang adil dengan menggabungkan semangat menghormati kehidupan dan martabat manusia dengan standar etika yang tinggi.

Kami akan melakukan semua aktivitas Perseroan dengan pengetahuan menyeluruh tentang hukum dan aturan terkait dengan mematuhi.

Kami akan memastikan keamanan produk dan tempat kerja kami dan berusaha untuk melakukan aktivitas Perseroan yang ramah lingkungan.

Kami akan bekerja sama dengan mempercayai dan menghormati satu sama lain di luar batas usia, jenis kelamin, kebangsaan, agama, dan keyakinan.

Kami akan selalu mematuhi apa yang benar dengan standar etika yang tinggi.

new methods that will break away from those procedures.

We will challenge to be better than the leading global manufacturers with wisdom, speed, and enthusiasm.

4. Leadership

We will become leaders who are able to motivate others with our own determination by clearly showing the way for the organization to follow.

We will act voluntarily and positively without allowing ourselves to lose focus.

We will clarify our goals and strategies, respect each other's ideas and opinions, and apply the ideas and opinions in an effective manner to make achievements.

We will aim to improve each other's capabilities and develop human resources who will lead the next generation.

5. Fair play

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

We will carry out all corporate activities with a thorough knowledge of the associated laws and rules and in compliance with them.

We will ensure the safety of our products and workplaces and strive to carry out corporate activities that are kind to the environment.

We will work together by trusting and respecting each other beyond the boundaries of age, sex, nationality, religion, and creed.

We will adhere to what is right with high ethical standards at all times.

PERSENTASE REMUNERASI PEGAWAI TETAP DI TINGKAT TERENDAH TERHADAP UPAH MINIMUM REGIONAL PERCENTAGE OF REMUNERATION FOR PERMANENT EMPLOYEES AT THE LOWEST LEVEL AGAINST REGIONAL MINIMUM WAGES

Perbandingan upah minimum Kabupaten Karawang pada tahun 2020 dengan upah terendah di Factory Karawang (F-1 & F-2) adalah sebesar 115,6% atau masing masing dengan nominal Rp4.594.324,54 untuk UMK Kab. Karawang 2020 dan Rp5.312.408,10 untuk Upah terendah di Factory Karawang (F-1 & F-2).

The comparison of the minimum wage in Karawang Regency in 2020 with the lowest wage at the Karawang Factory (F-1 & F-2) was 115.6% or each with a nominal value of Rp4,594,324.54 for the UMK Kab. Karawang 2020 and Rp5,312,408.10 for the lowest wage at the Karawang Factory (F-1 & F-2).

PEMANFAATAN DAN PELATIHAN PERSONIL

PERSONNEL UTILIZATION AND TRAINING

Tabel Pelatihan Karyawan Selama Tahun 2020

Employees Training Table During 2020

No.	Materi Subject	Objektif Pelatihan Training Objective	Partisipan Trainee	Tanggal Training Date of Training
1.	Pelatihan Manajemen Global oleh tingkat CR2 Global Management Training by level CR3	Memahami dan merasakan jenis pemikiran dan perilaku yang dibutuhkan personel UCG CR3, dan mampu mempraktikkannya di tempat kerja / Understand and get a real feel for the kind of thinking and behavior that are required of UCG CR3 personnel, and become capable of putting them into practice in the workplace.	55 Peserta 55 Participants	• 23/1/2020 • 15/2/2020 • 21/7/2020 • 28/8/2020
2.	Sertifikasi P3K First aid certification	Sebagai syarat di pabrik 2 bagi operator Forklift elektrik untuk mendapatkan pelatihan P3K / As a requirement in factory 2 to have first aid officer to operate Forklift electric	10 Peserta 10 Participants	10-12/2/2020
3.	Berpikir Logis Dasar Logical Thinking Basic	Mendidik peserta pelatihan untuk berpikir secara sistematis dan logis, sehingga mereka dapat menganalisis masalah pekerjaan mereka / Educate trainee to think with systematic and logic, so they could be analysis their working problem	25 Peserta 25 Participants	21/2/2020
4.	Sertifikasi Operator Forklift Forklift Operator Certification	Sebagai syarat kompetensi teknisi dan operator As a requirement to complete the competency technision & operator employee	15 Peserta 15 Participants	5-7/3/2020
5.	Mengatasi Risiko Siber Dalam Kebiasaan Baru (New Normal) Overcoming Cyber Risks In The New Normal	Mendidik karyawan bagaimana mengoperasikan Perseroan dengan standar dari CPAKB & CPPKRTB / Educate employees how to operate the Company with the standards of CPAKB & CPPKRTB	3 Peserta 3 Participants	18/6/2020
6.	J-SOX Penggelapan - Pengendalian Internal - Pelapor Fraud J-SOX Internal Control - Whistleblower	Melatih karyawan untuk mendeteksi potensi penggelapan dan melaporkannya melalui Sistem Pelaporan untuk setiap departemen / How to employee knowing a potential case for every department about fraud and can report to whistleblower system.	47 Peserta 47 Participants	14-17/7/2020
7.	Pelatihan Kepemimpinan Bagian Produksi Leadership Training Production	Pelatihan Kepemimpinan untuk karyawan bagian Produksi yang menjadi Leader / For Production employee who become as a Leader to get leadership training	23 Peserta 23 Participants	• 21/7/2020 • 28/8/2020
8.	PEFC	Penjelasan mengenai interpretasi dan klarifikasi dalam Program Pengesahan Sertifikasi Hutan untuk membantu proses sertifikasi di UCI / Explanations on interpretations and clarification in the Programme for the Endorsement of Forest Certification to help certification processes at UCI.	17 Peserta 17 Participants	10-11/9/2020
9.	Sertifikasi Penanggung Jawab Pengendalian Pencemaran Udara (PPPU) Certification Responsible for Air Pollution Control (PPPU)	Pelatihan mengenai pentingnya pengendalian pencemaran udara bagi industri dan sosial untuk menjamin perlindungan kesehatan manusia dan lingkungan / How to understand the need of air pollution control in industry and social context in order to ensure the protection of the human health and environment	6 Peserta 6 Participants	22/09/2020
10.	CPAKB & CPPKRTB Training	Mengajarkan karyawan cara menjalankan operasional perusahaan berdasarkan standar CPAKB & CPPKRTB Educate employee how to operation company with standard from CPAKB & CPPKRTB	297 Peserta 297 Participants	Sep-Oct 2020

MENGHORMATI KEBERAGAMAN

RESPECT FOR DIVERSITY

Peluang Gender

Perseroan berpendapat bahwa keberagaman merupakan sebuah keunikan, dimana setiap insan harus saling menghargai satu sama lain. Maka dari itu, Perseroan mendorong keberagaman gender. Saat ini Perseroan telah mencapai keseimbangan gender dengan memiliki 42,9% karyawan Laki-laki dan 57,1% untuk karyawan Perempuan.

Perseroan saat ini memiliki lebih banyak karyawan Perempuan, ini merupakan fokus perseroan untuk mendorong Perempuan untuk ikut serta memajukan kinerja perseroan dan mendapatkan porsi lebih di struktural perseroan.

Gender Opportunities

The company is of the opinion that diversity is uniqueness, where everyone must respect each other. Therefore, the company encourages gender diversity. Currently, the company has achieved a gender balance by having 42.9% male employees and 57.1% female employees.

The company currently has more female employees, for it is the company's focus to encourage women to participate in advancing the company's performance and get a more structural portion of the company.

KESEHATAN DAN KESELAMATAN

HEALTH AND SAFETY

Manajemen keselamatan dan kesehatan komprehensif di tempat kerja

Kami akan melakukan manajemen keselamatan dan kesehatan kerja yang komprehensif di tempat kerja untuk mencegah kecelakaan kerja dan memastikan bahwa karyawan kami dapat bekerja dengan aman dengan rasa aman.

1. Kami akan memberikan prioritas utama pada keselamatan pekerja dalam semua keadaan, dan kami akan meningkatkan lingkungan tempat kerja di bawah kepemimpinan manajer keselamatan dan kesehatan kami.
2. Manajer kami akan terus memperhatikan kesehatan fisik dan mental bawahan mereka, dan akan segera menanggapi setiap ketidaknormalan.
3. Kita tidak akan pernah memaksa karyawan kita untuk bekerja terlalu keras atau bekerja lembur berlebihan, atau memaksa mereka untuk bekerja.

* Pasal 36 Undang-Undang Ketenagakerjaan, Pasal 10 hingga 19-2 Undang-Undang Keselamatan dan Kesehatan Industri, Sistem Manajemen Keselamatan dan Kesehatan *

Comprehensive safety and health management in the workplace

We will undertake comprehensive safety and health management in the workplace to prevent labor accidents and ensure that our associates may work safely with a sense of security.

1. We will give top priority to the safety of workers under all circumstances, and will improve our workplace environments under the leadership of our safety and health managers.
2. Our managers will pay constant attention to the physical and mental health of their subordinates, and will respond promptly to any abnormalities.
3. We will never force our employees to work excessively hard or work excessive overtime, or otherwise coerce them to work.

Article 36 of the Labor Standards Act, Articles 10 to 19-2 of the Industrial Safety and Health Act, Safety and Health Management System

REKAPITULASI KECELAKAAN KERJA 2020

WORK ACCIDENT RECAPITULATION 2020

Evaluasi K3

Pada tahun 2020, kinerja keselamatan kerja perseroan mencapai hasil yang baik. Perseroan menerapkan sistem keselamatan kerja dengan standar yang telah ditentukan dan melakukan pengawasan ketat. Dimana, pada tahun 2020 perseroan hanya memiliki 2 orang karyawan (0,083%) yang mengalami kecelakaan kerja. Hal tersebut terjadi akibat dari kelalaian dari karyawan yang kurang berhati-hati dalam proses pengerjaan. Kedua karyawan tersebut tidak mengalami luka yang serius dan masing-masing dirujuk ke rumah sakit dan mengalami keadaan yang tidak memprihatinkan.

K3 Evaluation

In 2020, the company's work safety performance achieved good results. The company has implemented a work safety system with predetermined standards and carries out strict supervision. As a result, in 2020 the company only had 2 employees (0.083%) who had work accidents. The accidents occurred as a result of negligence from employees who are not careful in the work process. The two employees were not seriously injured and each was referred to the hospital and was relatively okay.

Perseroan terus berkomitmen memperkecil angka kecelakaan kerja dengan melakukan evaluasi dan kajian terhadap setiap kecelakaan kerja yang terjadi serta indikasi kecelekaan kerja, agar perseroan dapat menciptakan suasana kerja yang aman dan nyaman.

1. Membuat Pelatihan Karyawan Baru

Perseroan harus bisa membuat karyawan memahami apa yang membuat perseroan dianggap unik. Kemudian, perseroan harus mengkomunikasikan bagaimana skill dan pencapaian kerja karyawan dapat membantu mencapai tujuan Perseroan. Terakhir, perseroan harus membantu karyawan mengalami secara langsung misi dan nilai-nilai Perseroan.

2. Kultur, Koneksi, dan Kontribusi

Kultur bisa menjadi faktor penting dalam memenuhi ekspektasi dan kebutuhan karyawan. Kultur Perseroan tercipta melalui pengalaman karyawan dengan rekan kerja, manajer, dan atasannya. Kemudian, mempertahankan lingkungan kerja yang kondusif untuk menciptakan pengalaman kerja yang positif merupakan strategi retensi yang efektif.

Selanjutnya, Koneksi dalam bentuk menciptakan hubungan kerja yang positif dan produktif dengan rekan kerja. Bentuk lainnya yaitu menciptakan kehidupan kerja yang seimbang. Karyawan tentunya lebih menyukai pekerjaan yang menawarkan waktu untuk kepentingan pribadi atau tetap bisa terkoneksi dengan kehidupan di luar pekerjaan, seperti menjalani hobi. Jadi, karyawan tidak begitu terbebani dengan pekerjaannya. Artinya, karyawan membutuhkan fleksibilitas kerja agar bisa rehat dari pekerjaan sejenak.

Terakhir adalah kontribusi, dalam hal ini merupakan upaya yang dilakukan manajemen Perseroan untuk mencari tahu kemampuan apa yang paling kuat dari seorang karyawan. Dengan begitu, Perseroan bisa memanfaatkan kemampuan tersebut semaksimal mungkin.

3. Memberikan Kesempatan Karyawan Mengembangkan Karier

Perseroan berkomitmen untuk tidak membatasi karyawan untuk mengekspresikan ide, preferensi, ekspektasi, dan keinginannya, selama hal tersebut tidak melanggar etika kerja.

4. Memberikan Paket Kompensasi

Memberikan paket kompensasi merupakan salah satu upaya perseroan untuk meningkatkan loyalitas karyawan, menaikkan retensi, meningkatkan daya tarik Perseroan, hingga menekan turnover karyawan. Perseroan berpendapat bahwa karyawan-karyawan terbaik merupakan modal utama Perseroan untuk menjalankan bisnisnya lebih produktif dan kompetitif. Maka dari itu, Perseroan senantiasa memenuhi segala kebutuhan karyawan seperti asuransi, pinjaman, hingga kebutuhan gaya hidup.

The company is committed to minimize the rate of work accident by evaluating and investigating every work accident that has happened or indicated. This is done to create a safe and healthy work environment.

1. Create New Training for Employees

The company must be able to make employees understand what makes the company unique. Then, the company must communicate how the skills and work achievements of employees can help achieve company goals. Finally, the company must help employees experience firsthand the company's mission and values.

2. Culture, Connection, and Contribution

Culture can be an important factor in meeting employees' expectations and needs. Company culture is created through employee experiences with co-workers, managers, and superiors. Then, maintaining a work environment that is conducive to creating a positive work experience is an effective retention strategy.

Next, Connections in the form of creating positive and productive working relationships with colleagues. Another form is creating a balanced work life. Employees certainly prefer jobs that offer personal time or can still be connected to life outside of work, such as pursuing a hobby, so employees are less burdened with work. It means that employees need work flexibility so they can take a break from work for a moment.

Finally, in a case of contribution, is an effort from the Management of the company to seek the best capability from an employees. Therefore the company can make advantage of these capabilities.

3. Provides opportunities for the employees to develop their career

The company is committed to not giving any limitation for the employees to express ideas, preference, expectation, and their needs, as long as it doesn't violate the code of ethics of the company.

4. Provides Compensation Packet

Compensation packet is an effort to raise employees loyalty, increase retention, competitive advantages, so that it may press the turnover of the employees. The Company believes that the quality of the employees is the main factor for the company to run its business and increase productivity as well as competitive advantage. Therefore the company continuously fulfill every employees needs such as insurance, loans, and lifestyle needs.



DATA SUMBER DAYA MANUSIA

HUMAN RESOURCES DATA

Komposisi Menurut Jenjang Manajemen

Composition Based on Manajemen Position

Jabatan Position	2020		2019	
	Jumlah Total	Persentase Percentage	Jumlah Total	Persentase Percentage
Manajerial / Managerial	101	4,20%	60	2,63%
Non-Manajerial / Non-Managerial	763	31,77%	758	33,22%
Pekerja / Worker	1.538	64,03%	1.464	64,17%
Jumlah / Total	2.402	100%	2.282	100%

Komposisi Menurut Aktivitas Utama

Composition Based on Function

Aktivitas Utama Function	2020		2019	
	Jumlah Total	Persentase Percentage	Jumlah Total	Persentase Percentage
Pemasaran / Marketing	36	1,50%	34	1,49%
Kantor / Office	135	5,62%	111	4,86%
Produksi / Production	2.009	83,64%	1.919	84,09%
Penjualan / Sales	222	9,24%	218	9,56%
Jumlah / Total	2.402	100%	2.282	100%

Komposisi Menurut Jenjang Pendidikan

Composition Based on Academic level

Jenjang Pendidikan Academic Level	2020		2019	
	Jumlah Total	Persentase Percentage	Jumlah Total	Persentase Percentage
Sarjana / Bachelor (S1/S2/S3)	336	13,98%	60	2,63%
Sarjana Muda / Diploma (D1 & D3)	108	4,50%	758	33,22%
SMU sederajat / High school equals	1.958	81,52%	1.464	64,17%
Jumlah / Total	2.402	100%	2.282	100%

Komposisi Menurut Jenjang Usia
Composition Based on Age

Usia Age	2020		2019	
	Jumlah Total	Persentase Percentage	Jumlah Total	Persentase Percentage
≤ 30 tahun / years old	1.335	55,58%	1.484	68,85%
31 – 40 tahun / years old	781	32,51%	596	23,30%
41 – 50 tahun / years old	233	9,70%	184	7,20%
≥ 51 tahun / years old	53	2,21%	18	0,65%
Total	2.402	100%	2.282	100%

Komposisi Menurut Status Kepegawaian
Composition Based on Employment Statue

Status Kepegawaian Employment Status	2020		2019	
	Jumlah Total	Persentase Percentage	Jumlah Total	Persentase Percentage
Karyawan Tetap / Permanent Employee	1.845	76,81%	1.786	77,62%
Karyawan Kontrak / Contract employees	557	23,19%	496	22,38%
Total	2.402	100%	2.282	100%

Komposisi Menurut Lokasi
Composition Based on Location

Lokasi Location	2020		2019	
	Jumlah Total	Persentase Percentage	Jumlah Total	Persentase Percentage
Jakarta	395	16,45%	345	15,57%
Karawang	1.313	54,66%	1.237	55,82%
Mojokerto	694	28,89%	700	28,61%
Total	2.402	100%	2.282	100%

Kegiatan Program Pemberdayaan masyarakat

Bekerja sama dengan Ikatan Bidan Indonesia, melalui seminar dilakukan edukasi mengenai produk dan cara penggunaan popok bayi kepada para bidan oleh tim Bidan UCI, dengan tujuan agar para bidan dapat menjelaskan pada para ibu yang melahirkan di bidan.

Selain itu, melalui situs web masing-masing brand maupun media sosial diberikan berbagai macam informasi berguna, seperti misalnya mengenai tips dan saran yang dapat membantu mengurangi segala kecemasan atau keraguan yang dialami oleh perempuan yang sedang hamil, melahirkan dan membesarkan anak untuk pertama kalinya, maupun tips dan saran mengenai menstruasi, dll.

Yang kami lakukan di fasilitas Posyandu adalah mengenalkan produk popok bayi kepada ibu yang datang memeriksakan kesehatan bayinya di posyandu dengan memberikan informasi kepada ibu tentang pentingnya lingkungan yang sehat untuk menjaga kesehatan bayinya. Dan untuk meningkatkan kesadaran akan kesehatan ibu dan bayinya. Namun di tengah pandemi Covid 19, untuk sementara kami hentikan kegiatan tersebut.

Sikap Kami Terhadap Kontribusi Sosial dan Strukturnya

Community Empowerment Program Activities

In collaboration with the Indonesian Midwives Association (IBI) through seminars, we provide education regarding product knowledge and how to use baby diapers for midwives by the UCI Bidan team, So that the midwives can explain to the mothers who gave birth in the midwife.

In addition, through the websites and social media of each brand, various kinds of useful information are provided, such as tips and advice that can help reduce any concern or anxiety of women who are pregnant, giving birth and raising children for the first time, or tips and advice regarding menstruation, etc.

What we do at the Posyandu (Integrated Health Center) facilities is to introduce diaper products for babies to mothers who come to check their babies' health at the Posyandu by providing information to mothers about the importance of a healthy environment in order to maintain the health of their baby. And to increase the awareness of the health of the mother and their baby. However, in the Covid 19 pandemic, we have temporarily stopped these activities.

Our Attitude toward Social Contribution and its Structures

Memberikan Kontribusi kepada Masyarakat melalui Pengembangan Bisnis

Making Contributions to Society through Business Development

Kegiatan Kontribusi Sosial Berbasis Komunitas

Community-based Social Contribution Activities



Pendekatan dan Strategi Dasar Kami

Our Basic Approach and Strategy

Struktur manajemen

Management Structure

Inisiatif

Initiatives

PEMEGANG SAHAM DAN INVESTOR

SHAREHOLDERS AND INVESTORS

Perseroan mengedepankan peran aktif para pemangku kepentingan dalam menjalankan bisnis dan pengambilan keputusan dari kegiatan yang dijalankan. Kebutuhan dan harapan pemangku kepentingan dalam hal ini bertujuan untuk menyinergikan kinerja Perseroan dengan prinsip-prinsip keberlanjutan yang telah diterapkan.

The company prioritizes the stakeholders' active roles in running the business and making decisions according to their respective authorities. The needs and expectations from stakeholders are to synergize the company's performance with the sustainability principles that have been implemented.

Pemangku Kepentingan Stakeholders	Kepentingan dan Harapan Interest and Expectations	Metode Pelibatan Method of Engagement
Konsumen / Consumers	- Produk dan Brand - Product and Brand	- Media Sosial - Suara Konsumen - Aktivasi brand - Sosial Media - Consumer Voice - Brand activation
Karyawan / Employees	- Kesehatan dan keselamatan kerja - Pengembangan karyawan - Occupational health and safety - Employee development	- Komunikasi Internal - Internal Communication
Pemerintah dan Regulator Government and Regulator	- Kepatuhan terhadap peraturan - Kemitraan dalam keberlanjutan - Compliance with regulations - Partnership in sustainability	- Pertemuan bilateral/multilateral - Sesi dengar pendapat dan sosialisasi publik - Kolaborasi dalam penelitian dan proyek pengembangan masyarakat untuk mencapai SDGs dan pertumbuhan ekonomi - Bilateral/multilateral meetings - Public hearing and outreach sessions - Collaboration in research and community development projects to achieve SDGs and economic growth
Pemegang Saham dan Investor Shareholders and Investor	- Kinerja Keuangan - Informasi yang jelas dan terkini terkait aksi korporasi dan arahan strategis Kinerja non-finansial, kemajuan dan status - Financial Performance - Clear and up-to-date information related to corporate actions and strategic direction of Non-financial performance, progress and status	- Pelaporan kinerja bisnis triwulanan - Pertemuan dengan investor dan analis - Konferensi - Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan - Laporan Tahunan - Laporan Keberlanjutan - Quarterly business performance reporting - Meetings with investors and analysts - Conference - Annual General Meeting of Shareholders - Annual Report - Sustainability Report
Distributor	- Kemitraan - Partnership	- Laporan kinerja - Performance report

KEMITRAAN DALAM KEBERLANJUTAN

PARTNERSHIP IN SUSTAINABILITY

Perseroan menjalin kemitraan dengan berbagai macam organisasi baik di dalam maupun luar negeri, sebagai bentuk pelaksanaan inisiatif keberlanjutan.

The company has established partnerships with various organizations both at home country and abroad, as a form of implementing sustainability initiatives.

Kebijakan Dasar Kami tentang Pengembalian Laba kepada Para Pemegang Saham Kami

Our Basic Policy on Profit Returns to Our Shareholders

Keterbukaan Informasi untuk Investor Kami

Information Disclosure for Our Investors

Status Pencantuman dalam Indeks LST

Status of Inclusion in ESG Indexes

TATA KELOLA GOVERNANCE

Penerapan Tata Kelola Perseoran yang Baik (GCG) oleh Uni-charm Indonesia merupakan sebuah upaya untuk membentuk nilai tambah berkelanjutan, baik untuk pemegang saham maupun pemangku kepentingan, secara jangka panjang. 24 tahun beroperasi, Uni-Charm Info selalu menyelaraskan aktivitas bisnis yang dimiliki dengan peraturan yang berlaku di Indonesia dan standar bisnis yang berlaku secara global.

Perseroan secara konsisten menerapkan 5 prinsip GCG di setiap aktivitas perencanaan, pengambilan keputusan dan operasional di bawah ini: (5 Prinsip GCG)

1. Transparansi

Perseroan berkomitmen untuk selalu memberikan informasi yang transparan dan relevan kepada pemegang saham dan pemangku kepentingan sebagai bentuk kepatuhan terhadap peraturan yang berlaku.

2. Akuntabilitas

Perseroan berkomitmen untuk selalu bertanggung jawab terhadap keputusan dan tindakan yang diambil dan memastikan keputusan dan tindakan tersebut berjalan dengan baik, adil, dan terukur selaras dengan kepentingan pemangku kepentingan.

3. Tanggung Jawab

Perseroan berkomitmen untuk selalu mematuhi peraturan yang berlaku dalam memenuhi tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan, sehingga aktivitas bisnis perseroan dapat berkembang secara berkelanjutan.

4. Independensi

Pengelolaan perseroan dilakukan secara profesional, tanpa konflik kepentingan maupun tekanan atau intervensi dari pihak manapun.

5. Keadilan

Dalam memenuhi hak pemangku kepentingan, perseroan berkomitmen untuk selalu memperlakukan individu baik di dalam maupun di luar perseroan secara adil dan setara, sebagaimana diatur dalam peraturan yang berlaku.

Perseroan secara berkala melakukan perbaikan terhadap penerapan GCG untuk menyesuaikan dengan standar dan kriteria yang diakui secara nasional maupun internasional. Evaluasi terhadap penerapan GCG juga secara rutin dilakukan, baik secara internal maupun eksternal.

Selain itu, perseroan juga selalu berupaya menyempurnakan penerapan GCG berdasarkan Peraturan OJK No. 21/POJK.04/2015 dan Surat Edaran OJK No. 32/SEOJK.04/2015. Rincian penyempurnaan penerapan GCG dapat dibaca dalam Laporan Tahunan Uni-Charm Indonesia 2020 bagian Tata Kelola Perusahaan.

The implementation of Good Corporate Governance (GCG) by Uni-charm Indonesia is an effort to create sustainable added value, both for shareholders and stakeholders, in the long term. After 24 years of operation, Uni-Charm Info still aligns its business activities with the prevailing regulations in Indonesia and the global business standards.

The company consistently implements the 5 principles of GCG in every planning, decision-making and operational activity below: (The 5 Principles of GCG)

1. Transparency

The company is committed to providing transparent and relevant information to shareholders and stakeholders as a form of compliance with the prevailing regulations.

2. Accountability

The company is committed to being accountable for the decisions and actions taken and ensuring that these decisions and actions run in a proper and fair manner, in accordance with the interests of stakeholders.

3. Responsibility

The company is committed to complying with the prevailing regulations in fulfilling its responsibilities to society and the environment, so that the company's business activities can develop in a sustainable manner.

4. Independence

The management of the company is carried out in a professional manner, without conflicts of interest or pressure or intervention from any party.

5. Fairness

In fulfilling the rights of stakeholders, the company is committed to treating individuals both inside and outside the company fairly and equally, as stipulated in the prevailing regulations.

The company periodically makes improvements to the implementation of GCG to comply with standards and criteria that are recognized both nationally and internationally. Evaluation of the implementation of GCG is also regularly carried out, both internally and externally.

In addition, the company also always strives to improve the implementation of GCG based on OJK Regulation No. 21/POJK.04/2015 and OJK Circular No. 32/SEOJK.04/2015. Details of perfecting GCG implementation can be read in the 2020 Uni-Charm Indonesia Annual Report in the Corporate Governance section.

Struktur tata kelola

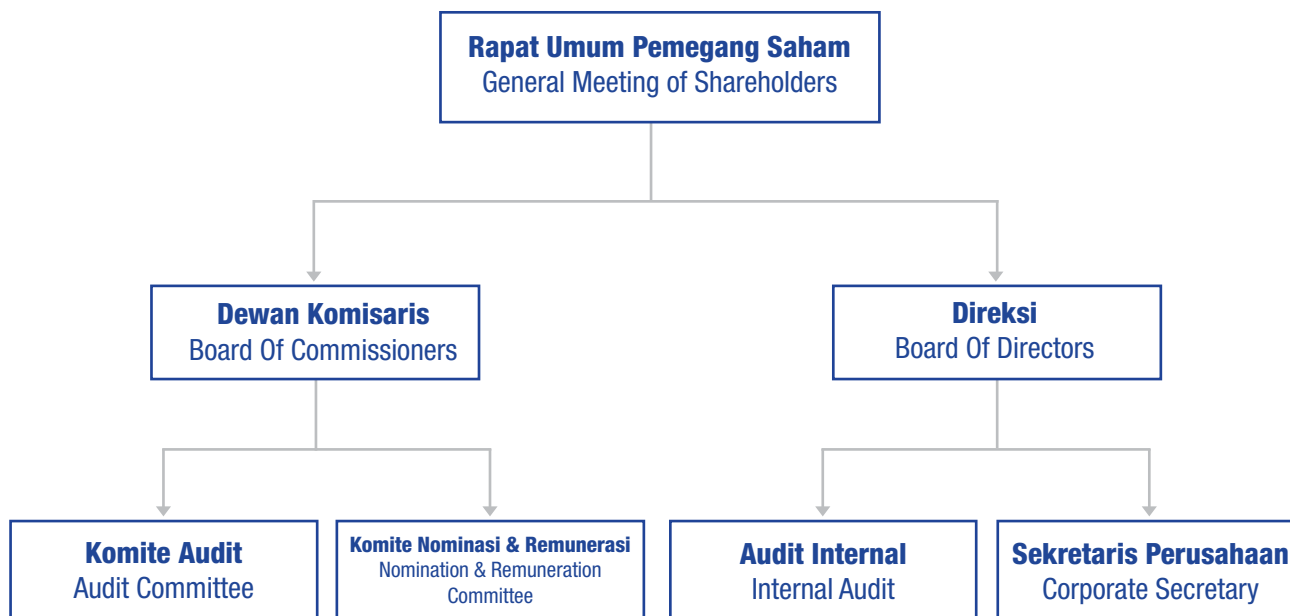
Perseroan terdiri atas 3 komponen utama, yaitu Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS), Dewan Komisaris dan Direksi, sebagaimana diatur dalam Anggaran Dasar Perseroan. Ketiga komponen ini bertanggung jawab untuk membangun kerangka kerja, memimpin, dan memonitor implementasi tata kelola perusahaan dibantu oleh Sekretaris Perusahaan dan komite di bawah Dewan Komisaris.

Komponen utama perseroan didukung oleh mekanisme pendukung, seperti Sistem Pengendalian Internal, Sistem Manajemen Risiko, Audit Internal dan Eksternal, Kode Etik, Anggaran Dasar, Kode Mitra Bisnis Uni-charm Indonesia, Manajemen sistem mutu, dan Prosedur Operasi Standar dan proses bisnis Uni-charm.

Governance structure

The company consists of 3 main components, namely the General Meeting of Shareholders (GMS), the Board of Commissioners and the Board of Directors, as stipulated in the Company's Articles of Association. These three components are responsible for building the framework, leading and monitoring the implementation of corporate governance, with the assistance of the Corporate Secretary and committees under the Board of Commissioners.

The main components of the company are supported by supporting mechanisms, such as the Internal Control System, the Risk Management System, Internal and External Audit, the Code of Ethics, the Articles of Association, the Uni-charm Indonesia Business Partner Code, Quality System Management and Uni-Charm Standard Operating Procedures and business processes.



RAPAT UMUM PEMEGANG SAHAM

GENERAL MEETING OF SHAREHOLDERS

Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) memiliki kewenangan untuk menentukan kebijakan vital yang berkaitan dengan kelangsungan operasional Perusahaan. Sebagai bentuk kepatuhan terhadap Pasal 49 ayat (1) dan Pasal 51 Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 15/POJK.04/2020 tanggal 21 April mengenai Rencana dan Penyelenggaraan Rapat Umum Pemegang Saham Perusahaan Terbuka (POJK No. 15), PT Uni-Charm Indonesia Tbk menyelenggarakan RUPS Tahunan pada tanggal 29 Juli 2020 yang dilanjutkan dengan penyelenggaraan RUPS Luar Biasa.

The General Meeting of Shareholders (GMS) has the authority to determine vital policies related to the continuity of the company's operations. As a form of compliance with Article 49 paragraph (1) and Article 51 of the Financial Services Authority Regulation Number 15/POJK.04/2020 dated 21 April concerning the Planning and Implementation of the General Meeting of Shareholders of Public Companies (POJK No.15), PT Uni-Charm Indonesia Tbk held an Annual GMS on 29 July 2020 which was followed by an Extraordinary GMS.

DEWAN KOMISARIS

BOARD OF COMMISSIONERS

Dewan Komisaris berperan untuk membangun komunikasi dengan Direksi dan komite-komite pembantu. Selain itu, Dewan Komisaris juga bertugas untuk mengawasi manajemen perseroan yang dijalankan Direksi. Perihal penyelenggaraan RUPS, Dewan Komisaris berkewajiban untuk memberikan saran dan rekomendasi mengenai pengelolaan perseroan.

The Board of Commissioners has a role in building communication with the Board of Directors and supporting committees. In addition, the Board of Commissioners is also tasked with overseeing the management of the company carried out by the Board of Directors. Regarding the holding of the GMS, the Board of Commissioners is obliged to provide input and recommendations regarding the management of the company.

DIREKSI

BOARD OF DIRECTOR

Direksi bertugas untuk mengelola, menetapkan dan menentukan strategi bisnis perusahaan. Direksi bertanggung jawab langsung kepada Dewan Komisaris Perseroan. Ketika menjabat untuk pertama kali, Direksi wajib menghadiri orientasi yang diselenggarakan oleh Sekretaris Perseroan perihal tanggung jawab yang mereka emban.

The Board of Directors is in charge of managing and determining the company's business strategy. The Board of Directors directly reports to the Company's Board of Commissioners. When taking office for the first time, the members of the Board of Directors are obliged to attend an orientation program related to the responsibility they carry, organized by the Corporate Secretary.

Program orientasi ini mencakup penelaahan dokumen-dokumen penting seperti Laporan Tahunan, Anggaran Dasar, CoBP, Piagam Komite dan peraturan terkait, dalam bentuk soft copy maupun hard copy. Rincian mengenai tugas, wewenang, dan tanggung jawab pengelolaan dapat dibaca dalam Laporan Tahunan Uni-Charm Indonesia 2020 bagian Tata Kelola Perusahaan.

This orientation program includes reviewing important documents such as the Annual Report, Articles of Association, CoBP, Committee Charter and related regulations, in soft and hard copy form. Details regarding duties, authorities and management responsibilities can be read in the 2020 Uni-Charm Indonesia Annual Report in the Corporate Governance section.

PEDOMAN PRINSIP-PRINSIP BISNIS (COBP) DAN KEBIJAKAN PEDOMAN

GUIDELINES FOR BUSINESS PRINCIPLES (COBP) AND POLICY GUIDELINES

Pedoman Tindakan untuk melaksanakan "Tekad dan Janji" dan Prinsip Tindakan Perseroan Pelaksanaan "Janji kepada Mitra Bisnis"

Guidelines to carry out "Conviction and Commitment" and Principles of Company Action "Commitment to Business Partners"

PELAKSANAAN "JANJI KEPADA MITRA BISNIS"

IMPLEMENTATION OF "COMMITMENT TO BUSINESS PARTNERS"

TRANSAKSI YANG TULUS DENGAN MITRA BISNIS

EARNEST TRANSACTIONS WITH BUSINESS PARTNERS

1. Perseroan berinteraksi dengan akal sehat dan ketulusan, serta melakukan transaksi secara adil dan setara.
2. Perseroan menentukan mitra bisnis dengan cara yang dianggap layak oleh siapapun, yaitu dengan melakukan pemilihan secara adil dan merata.
3. Perseroan dalam hal pemilihan pemasok maupun mitra bisnis, akan mempertimbangkan praktik bisnis yang bertanggung jawab dan memiliki etika dalam hal perlindungan lingkungan dan hormat kepada HAM.
4. Perseroan tidak akan melakukan pembatasan harga jual ulang maupun pembatasan kegiatan bisnis terhadap distributor dan retailer.
5. Perseroan tidak akan memaksakan harga beli dan harga jual yang tidak tepat.

1. The Company interacts with common sense and sincerity and conducts transactions fairly and equally.
2. The Company determines its business partners in a way that is deemed appropriate by anyone, by conducting fair and equitable elections.
3. In terms of selecting suppliers and business partners, the company will consider responsible and ethical business practices in terms of environmental protection and respect for human rights.
4. The company will not limit resale prices or limit business activities to distributors and retailers.
5. The company will not impose an incorrect buying and selling price.

6. Perseroan tidak akan melakukan pemerasan seperti memaksa membeli produk Perseroan secara tidak benar dengan memanfaatkan posisi dominannya.
7. Perseroan tidak akan melakukan kecurangan seperti pembatalan pesanan secara sepihak, dan melakukan retur produk sebagai produk NG dengan mengganti standar kualitas produk.

PERSAINGAN YANG ADIL

1. Perseroan tidak akan melakukan pengaturan dengan perusahaan kompetitor tentang harga, pelanggan, area penjualan, jenis produk maupun pelayanan dan pembicaraan yang menyebabkan kecurigaan terhadap hal tersebut.
2. Perseroan tidak akan mengambil dan menggunakan rahasia dagang perusahaan lain dari cara yang tidak benar, dengan alasan apapun.
3. Perseroan tidak akan melakukan fitnah terhadap perusahaan lain maupun produk perusahaan lain, atau menggunakan istilah yang dapat memicu kesalahpahaman.
4. Perseroan dalam hal ekspor/impor produk, teknologi dan pelayanan, akan menjalankan secara benar sesuai dengan aturan terkait baik di dalam maupun luar negeri, serta peraturan internal.

ENTERTAIN /HADIAH

1. Perseroan ketika melakukan entertain maupun memberikan hadiah kepada rekan bisnis, akan dilakukan atas persetujuan yang sesuai di internal perusahaan, dan masih dalam batas wajar akal sehat masyarakat umum.
2. Perseroan ketika mendapatkan entertain maupun hadiah dari rekan bisnis, akan dilakukan atas persetujuan yang sesuai di internal perusahaan, dan masih dalam batas wajar akal sehat masyarakat pada umum.

PENGHORMATAN PADA HAK ATAS KEKAYAAN INTELEKTUAL

1. Perseroan akan menghormati hak atas kekayaan intelektual (hak paten, hak desain, merek dagang, hak cipta dll) pihak lain.
2. Perseroan hanya akan menggunakan kekayaan intelektual pihak lain setelah melakukan ikatan kontrak dengan benar

INTEGRITAS BISNIS

Perseroan berkomitmen untuk memenuhi etika bisnis dengan menerapkan Kerangka Kerja Perseroan setiap waktu.

Untuk mengawasi penetapan Kerangka Kerja tersebut, Perseroan menunjuk Business Integrity Officer dan Komite Integritas Bisnis yang bekerja secara independen dan aktif menggaungkan etika bisnis yang baik di lingkungan perusahaan. Integritas Bisnis Uni-Charm diimplementasikan melalui tiga pilar di bawah ini:

6. The Company will not carry out extortion such as forcing people to buy the company's products and taking advantage of its dominant position.
7. The company will not commit fraud such as unilaterally canceling orders, and returning products as NG products by changing product quality standards.

FAIR COMPETITION

1. The Company will not make arrangements with competing companies regarding prices, customers, sales areas, types of products and services and any discussions that cause suspicion of these matters.
2. The company will not take and use the trade secrets of other companies illegally, for any reason.
3. The company will not slander other companies or other company's products, or use terms that could lead to misunderstandings.
4. In terms of export/import of products, technology and services, the company will do it properly in accordance with the regulations that are in force locally and internationally.

ENTERTAINMENT/GIFT

1. When providing entertainment or gifts to business partners, the company will do it according to the approval of the internal of the company. The entertainment or gift provided must be within the common sense of the general public.
2. When the company receives entertainment or gifts from business partners, the company will accept it according to the approval of the internal of the company. The entertainment or gift accepted must be within the common sense of the general public.

RESPECT FOR INTELLECTUAL PROPERTY RIGHTS

1. The company will respect the intellectual property rights (patents, design rights, trademarks, copyrights etc.) of other parties.
2. The company will only use the intellectual property of other parties after having entered into a proper contractual agreement.

INTEGRITAS BISNIS

The company is committed to fulfilling business ethics by implementing the Company Framework at all times.

To oversee the establishment of this Framework, the Company has appointed Business Integrity Officers and Business Integrity Committees who work independently and actively promote good business ethics within the company. Uni-Charm Business Integrity is implemented through the following three pillars:

Pencegahan

1. Kerangka Aturan dan Kebijakan
2. Komunikasi Bisnis, Edukasi dan Pelatihan
3. Profil Risiko Integritas Bisnis dan Kepatuhan pihak ke-3

Deteksi

1. Kanal Pelaporan, termasuk whistleblowing system
2. Pemantauan, Peninjauan dan Pelaporan Pelaksanaan Pengelolaan
3. Penilaian Mandiri dan Audit Kepatuhan

Respon

1. Investigasi
2. Sanksi Integritas Bisnis
3. Perbaikan dan Pengendalian Kekurangan

Prevention

1. Rules and Policy Framework
2. Business Communication, Education and Training
3. 3rd party Compliance and Business Integrity Risk Profile

Detection

1. Reporting channels, including the whistleblowing system
2. Monitoring, Reviewing and Reporting on Management Implementation
3. Self-Assessment and Compliance Audit

Response

1. Investigation
2. Business Integrity Sanctions
3. Improvements and Quality Control

MEKANISME PENGADUAN KETENAGAKERJAAN

MANPOWER COMPLAINT MECHANISM

PENYELESAIAN KELUH KESAH KARYAWAN

1. Setiap keluhan kesah dari Karyawan atau ketidakpuasan atas keadaan tertentu atau bertentangan dengan isi dari Perjanjian Kerja Bersama ini, akan diselesaikan secara musyawarah untuk mencapai mufakat melalui atasan masing-masing dengan mengikuti prosedur yang tertib dan teratur.
2. Prosedur penyelesaian keluhan kesah Karyawan, adalah sebagai berikut:
 - a. Keluh kesah atau kurang puas dengan keadaan tertentu disampaikan pada atasan langsung ataupun kepala bagian di tempat kerja.
 - b. Apabila keluhan kesah tersebut belum dapat diselesaikan dan belum ada kata sepakat, maka akan diselesaikan oleh Pimpinan Departemen.
 - c. Apabila keluhan kesah tersebut belum dapat diselesaikan dan belum ada kata sepakat, maka akan diselesaikan bersama oleh pimpinan departemen, HRD Departemen dan Manajemen.
 - d. Apabila keluhan kesah belum juga dapat diselesaikan, maka HRD dapat melibatkan Serikat Pekerja untuk membicarakan penyelesaian dengan ketentuan hukum yang berlaku.
 - e. Setiap masalah ketenagakerjaan dicoba untuk diselesaikan secara kekeluargaan. Apabila tidak tercapai kata sepakat, maka penyelesaian dilakukan pada tingkat Perusahaan dan dapat diteruskan ke tingkat yang lebih tinggi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

COMPLETION OF EMPLOYEE COMPLAINTS

1. Any complaints from employees or dissatisfaction with certain circumstances or contrary to the contents of this Collective Bargaining Agreement, will be resolved deliberately to reach consensus through their respective superiors by following an orderly and orderly procedure.
2. The procedures for resolving employee complaints are as follows:
 - a. Complaints or dissatisfaction with certain circumstances are conveyed to the direct superior or the head of the work place.
 - b. If the complaint cannot be resolved and there is no agreement yet, it will be resolved by the Head of the Department.
 - c. If the complaint cannot be resolved and there is no agreement yet, it will be resolved jointly by the department head, HRD Department and Management.
 - d. If the complaint has not been resolved, then HRD can involve the Workers Union to discuss the settlement in accordance with the applicable legal provisions.
 - e. Every labor problem is tried to be resolved in a kinship. If no agreement is reached, then the settlement will be made at the corporate level and can be continued to a higher level in accordance with the prevailing laws and regulations.

Kepatuhan

Compliance

SISTEM MANAJEMEN RISIKO

RISK MANAGEMENT SYSTEM

Sistem Manajemen Risiko merupakan elemen penting bagi perseroan dalam menjalankan usahanya karena Sistem Manajemen Risiko yang berjalan dengan baik dapat mendukung kinerja perseroan secara keseluruhan. Tujuan utama penerapan Sistem Manajemen Risiko adalah untuk menjaga dan melindungi perseroan dari risiko kerugian yang mungkin timbul dari aktivitas usaha yang dilakukan. Secara umum, risiko utama yang dihadapi perseroan berasal dari risiko kredit, risiko tingkat suku bunga, risiko nilai tukar mata uang asing dan risiko likuiditas.

MANAJEMEN RISIKO KEUANGAN

Faktor-faktor risiko keuangan

Dalam aktivitasnya, Grup terekspos pada berbagai risiko keuangan, termasuk risiko nilai tukar mata uang asing, risiko tingkat suku bunga, risiko kredit dan risiko likuiditas. Program manajemen risiko keuangan Grup secara keseluruhan didesain untuk meminimalisir dampak yang berpotensi merugikan kinerja keuangan Grup. Manajemen risiko keuangan dilakukan oleh Dewan Direksi.

Risiko nilai tukar mata uang asing

Grup terekspos risiko nilai tukar mata uang asing terutama berasal dari pembelian bahan baku dan pinjaman dalam mata uang USD dan JPY. Untuk meminimalisir eksposur nilai tukar mata uang asing, Grup mengatur eksposur dalam tingkat yang dapat diterima dengan membeli mata uang asing yang dibutuhkan untuk menghindari eksposur dari fluktuasi jangka pendek, dan menjaga saldo kas dalam mata uang asing yang cukup untuk menyelesaikan kewajiban yang akan jatuh tempo. Ketika dianggap diperlukan, Grup melakukan transaksi derivatif dalam bentuk kontrak valuta asing berjangka untuk melindungi nilai kebutuhan arus kas pada masa mendatang, terutama yang terkait dengan pembelian bahan baku impor.

Pada tanggal 31 Desember 2020, Grup memiliki posisi liabilitas moneter bersih. Jika Rupiah melemah/menguat sebesar 10% terhadap USD dan JPY, dengan variabel lain dianggap konstan, laba setelah pajak akan turun/naik sebesar Rp 23,6 miliar (2019: Rp 130,4 miliar). Dampak terhadap ekuitas akan sama dengan dampak pada laba setelah pajak.

Risiko tingkat suku bunga

Grup terekspos risiko tingkat suku bunga arus kas yang timbul dari pinjaman dengan suku bunga mengambang, yang terdiri dari pinjaman bank jangka pendek dan pinjaman pihak berelasi jangka panjang.

Pada tanggal 31 Desember 2020, apabila tingkat suku bunga pada pinjaman-pinjaman di atas naik/turun sebesar 100 basis poin dengan variabel lain dianggap konstan, laba setelah pajak akan turun/naik sebesar Rp 11,4 miliar (31 Desember 2019: Rp 15,9 miliar). Dampak terhadap ekuitas akan sama dengan dampak pada laba setelah pajak.

The Risk Management System is an important element for the company in running its business because a good Risk Management System can support the company's overall performance. The main objective of implementing the Risk Management System is to safeguard and protect the company from the risk of loss that may arise from its business activities. In general, the main risk faced by the company comes from credit risk, interest rate risk, foreign currency exchange rate risk and liquidity risk.

FINANCIAL RISK MANAGEMENT

Financial risk factors

The Group activities exposed it to a variety of financial risks, including foreign exchange risk, interest rate risk, credit risk and liquidity risk. The Group's overall financial risk management program is designed to minimise potential adverse effects on the Group's financial performance. Financial risk management is carried out by the Board of Directors.

Foreign exchange risk

The Group is exposed to foreign exchange risk mainly arising from purchase of materials and borrowings denominated in USD and JPY. To manage its foreign currency exposures, the Group maintains the exposures at an acceptable level by buying foreign currencies that will be needed to avoid exposures from short-term fluctuation, and maintain sufficient cash in foreign currencies to cover its maturing obligations. When considered necessary, the Group entered into derivatives transactions in the form of foreign currency forward contract to hedge its future cash flow requirements, particularly related to purchase of imported materials.

As at 31 December 2020, the Group has net monetary liabilities position. If Rupiah had weakened/strengthened by 10% against USD and JPY, with all other variables held constant, profit after tax would be Rp 23.6 billion lower/higher (2019: Rp 130.4 billion). The impact on equity would have been the same as the impact on profit after tax.

Interest rate risk

The Group is exposed to cash flows interest rate risk arising from borrowings with floating interest rate, which consist of short-term bank loans and long-term intercompany loans.

As at 31 December 2020, if interest rates on the above borrowings had been 100 basis points higher/lower with all other variables held constant, profit after tax would be Rp 11.4 billion lower/higher (31 December 2019: Rp 15.9 billion). The impact on equity would have been the same with the impact on profit after tax.

Risiko kredit

Grup terekspos risiko kredit terutama berasal dari kas dan deposito berjangka di bank dan kredit yang diberikan pada pelanggan.

Terkait kas dan deposito berjangka di bank, Grup memiliki kebijakan untuk meminimalisir risiko kredit dengan menempatkan sebagian besar kas dan deposito pada bank dengan reputasi dan peringkat kredit yang baik.

Terkait dengan kredit yang diberikan kepada pelanggan, Grup memiliki kebijakan untuk memastikan penjualan dilakukan pada pelanggan yang memiliki sejarah kredit yang baik. Manajemen berkeyakinan bahwa tidak ada konsentrasi risiko kredit yang signifikan dikarenakan banyaknya jumlah pelanggan.

Grup menerapkan pendekatan disederhanakan yang diizinkan PSAK 71 dalam mengukur kerugian kredit ekspektasian yang menggunakan penyisihan kerugian ekspektasian seumur hidup untuk semua piutang usaha (lihat Catatan 2d).

Risiko likuiditas

Risiko likuiditas muncul dalam situasi dimana Grup mengalami kesulitan dalam memperoleh pendanaan. Manajemen risiko likuiditas yang baik termasuk menjaga dana yang cukup untuk memenuhi kebutuhan modal operasi. Grup mengelola risiko likuiditas melalui tinjauan berkala atas perkiraan arus kas di masa depan dan arus kas aktual serta mencocokkan profil jatuh tempo aset dan liabilitas keuangan. Grup menjaga fleksibilitas dengan memiliki dana kas dan penempatan jangka pendek yang cukup, serta menjaga ketersediaan pembiayaan dalam bentuk fasilitas kredit yang memadai.

Tabel di bawah ini merangkum liabilitas keuangan Grup pada tanggal pelaporan dan arus kas yang tidak didiskontokan yang dibutuhkan untuk menyelesaikan liabilitas-liabilitas keuangan tersebut berdasarkan tanggal jatuh tempo kontraktual (termasuk estimasi pembayaran bunga).

Manajemen risiko modal

Tujuan Grup ketika mengelola modal adalah untuk mempertahankan kelangsungan usahanya guna memberikan imbal hasil pada pemegang saham dan manfaat pada pemangku kepentingan lainnya, serta menjaga struktur modal yang optimal untuk mengurangi biaya modal.

Untuk mempertahankan atau menyesuaikan struktur modal, Grup dapat menyesuaikan jumlah dividen yang dibayarkan kepada pemegang saham, menerbitkan saham baru atau menjual aset untuk mengurangi utang.

Credit risk

The Group is exposed to credit risk primarily from cash and time deposit in banks and credit given to customers.

For cash and time deposits in banks, the Group has policy to minimise credit risk by placing its large portion of cash and deposits at reputable banks with good credit ratings. existing customers and uses credit limits to regulate credit risks.

In respect to credit given to customers, the Group has policies in place to ensure that sales are made to customers with a good credit history. Management believes that there is no significant credit risk concentration due to the large number of customers.

The Group applies the simplified approach permitted by PSAK 71 in measuring the expected credit losses which uses a lifetime expected loss allowance for all trade receivables (refer to Note 2d).

Liquidity risk

Liquidity risk arises in situation where the Group has difficulties in obtaining funding. Prudent liquidity risk management implies maintaining sufficient fund to meet the operating capital requirement. The Group manages liquidity risk by continuously monitoring forecast and actual cash flows and matching the maturity profiles of financial assets and liabilities. The Group aims to maintain flexibility through having adequate cash funds and short-term placements, and maintaining the availability of funding in the form of adequate credit lines.

The table below summarises the Group's financial liabilities at the reporting date and the undiscounted cash flows required to settle those financial liabilities based on the contractual maturity date (including estimated interest payments).

Capital risk management

The Group's objectives when managing capital are to safeguard its ability to continue as a going concern in order to provide returns to shareholders and benefits for other stakeholders, while maintaining an optimal capital structure to reduce the cost of capital.

In order to maintain or adjust the capital structure, the Group may adjust the amount of dividends paid to shareholders, issue new shares or sell assets to reduce debts.

Nilai wajar instrumen keuangan

Aset dan liabilitas keuangan Grup berupa kas pada bank, deposito berjangka, piutang usaha, piutang lain-lain, utang usaha, utang lain-lain, akrual dan provisi, dan pinjaman bank dengan jatuh tempo kurang dari satu tahun; serta uang jaminan, liabilitas sewa, dan pinjaman pihak berelasi dengan jatuh tempo lebih dari satu tahun. Nilai wajar dari aset dan liabilitas keuangan tersebut mendekati nilai tercatatnya dikarenakan dampak dari diskonto tidak signifikan.

Derivatif dicatat pada nilai wajar yang ditentukan berdasarkan valuasi dari bank pada tanggal pelaporan (pengukuran hirarki nilai wajar tingkat 2).

Fair value of financial instruments

The Group's financial assets and liabilities comprises comprises cash in banks, time deposits, trade receivables, other receivables, trade payables, other payables, accruals and provisions, and bank loans with maturities less than one year; and refundable deposits, lease liabilities, and intercompany loans with maturities more than one year. The fair value of these financial assets and liabilities approximates their carrying values as the effect of discounting is not significant.

Derivatives are recorded at fair value which are determined based on valuation from banks at the reporting date (fair value measurement hierarchy level 2).

PEMENUHAN PAJAK
TAX COMPLIANCE

LAPORAN JAMINAN PIHAK KETIGA
THIRD PARTY ASSURANCE REPORT

DAFTAR PENGHARGAAN DAN SERTIFIKAT YANG DITERIMA PADA TAHUN FISKAL 2020

LIST OF AWARDS AND CERTIFICATION RECEIVED IN FISCAL 2020



ISO 9001 : 2015 Factory 1

Pengakuan Sistem Manajemen Mutu organisasi untuk pabrik 1
Recognition of the organization's Quality Management System for factory 1

ISO 9001 : 2015 Factory 2

Pengakuan Sistem Manajemen Mutu organisasi untuk pabrik 2
Recognition of the organization's Quality Management System for factory 2



ISO 9001 : 2015 Factory 3

Pengakuan Sistem Manajemen Mutu organisasi untuk pabrik 3
Recognition of the organization's Quality Management System for factory 3



ISO 14001 : 2015 Factory 1

Pengakuan atas Sistem Manajemen Lingkungan organisasi untuk pabrik 1
Recognition of the organizations Environmental Management System for factory 1





ISO 14001 : 2015 Factory 2

Pengakuan atas Sistem Manajemen Lingkungan organisasi untuk pabrik 2
Recognition of the organizations Environmental Management System for factory 2

ISO 14001 : 2015 Factory 3

Pengakuan atas Sistem Manajemen Lingkungan organisasi untuk pabrik 3
Recognition of the organizations Environmental Management System for factory 3



CPAKB Certificate Factory 1

Sertifikat Cara Pembuatan Alat Kesehatan yang Baik untuk pabrik 1
Certificate of Good Manufacturing Practices for Medical Devices for factories 1

CPAKB Certificate Factory 2

Sertifikat Cara Pembuatan Alat Kesehatan yang Baik untuk pabrik 2
Certificate of Good Manufacturing Practices for Medical Devices for factories 2



CPPKRTB Certificate Factory 1

Sertifikat Cara Pembuatan Perbekalan Kesehatan Rumah Tangga yang Baik untuk pabrik 1
Certificate of Good Manufacturing Practice for Household Product for factories 1





CPPKRTB Certificate Factory 2

Sertifikat Cara Pembuatan Perbekalan Kesehatan Rumah Tangga yang Baik untuk pabrik 2
Certificate of Good Manufacturing Practice for Household Product for factories 2

Attachment of Halal Certificates Factory 1

Pengakuan atas Halal Produk untuk pabrik 1
Recognition of Halal Products for factories 1



Attachment of Halal Certificates Factory 2

Pengakuan atas Halal Produk untuk pabrik 2
Recognition of Halal Products for factories 2

Attachment of Halal Certificates Factory 3

Pengakuan atas Halal Produk untuk pabrik 3
Recognition of Halal Products for factories 3





Halal Factory Certificate

Pengakuan atas Halal Produk
Recognition of Halal Products

PEFC Certificate

PT Unicharm Indonesia Tbk telah memenuhi syarat dan ketentuan sertifikat
PEFC - Chain of Custody
PT Unicharm Indonesia Tbk has been assessed and certified as meeting the requirements of the
standard PEFC - Chain of Custody



SMK3 Certificate Factory 1

Pengakuan atas Sistem Manajemen Keselamatan dan Kesehatan Kerja untuk pabrik 1
Recognition of Occupational Safety and Health Management System for factory 1



SMK3 Certificate Factory 2

Pengakuan atas Sistem Manajemen Keselamatan dan Kesehatan Kerja untuk pabrik 2
Recognition of Occupational Safety and Health Management System for factory 2





SMK3 Certificate Factory 3

Pengakuan atas Sistem Manajemen Keselamatan dan Kesehatan Kerja untuk pabrik 3
Recognition of Occupational Safety and Health Management System for factory 3

ISO 13485 : 2016 Factory 1

Pengakuan atas Sistem Manajemen Mutu organisasi untuk pabrik 1
Recognition of the organizations Quality Management System for factory 1



ISO 13485 : 2016 Factory 2

Pengakuan atas Sistem Manajemen Mutu organisasi untuk pabrik 2
Recognition of the organizations Quality Management System for factory 2



ISO 13485 : 2016 Factory 3

Pengakuan atas Sistem Manajemen Mutu organisasi untuk pabrik 3
Recognition of the organizations Quality Management System for factory 3

**PERNYATAAN ANGGOTA DEWAN KOMISARIS DAN DIREKSI TENTANG TANGGUNG JAWAB ATAS
LAPORAN KEBERLANJUTAN 2020 PT UNI-CHARM INDONESIA TBK**

THE BOARD OF COMMISSIONERS AND DIRECTORS STATEMENT OF RESPONSIBILITY
FOR THE 2020 SUSTAINABILITY REPORT OF PT UNI-CHARM INDONESIA TBK

Kami menyatakan bahwa semua informasi yang terdapat dalam Laporan Keberlanjutan PT Uni-Charm Indonesia Tbk tahun 2020 telah dibuat dengan lengkap dan kami bertanggung jawab penuh atas kebenaran isi Laporan.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya.

Jakarta, Maret 2021

We hereby state that all of the contained information herein has been fully disclosed in this 2020 Sustainability Report of PT Uni-Charm Indonesia Tbk and that we are fully responsible for the accountability of the content.

The declaration has been made truthfully

Jakarta, March 2021

DEWAN KOMISARIS
BOARD OF COMMISSIONERS

Tadashi Nakai
Presiden Komisaris
President Commissioner

Tetsuo Ukai
Komisaris
Commissioner

Ichiro Ozawa
Komisaris
Commissioner

Hendra Jaya Kosasih
Komisaris
Commissioner

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

TABEL PERBANDINGAN STANDAR GRI
GRI STANDARD COMPARISON TABLE

Referensi Kriteria POJK No. 51/OJK.03/2017

CRITERIA REFERENCE PURSUANT NO. 51/OJK.03/2017

No.	Uraian Description	Hal Page
1.	Penjelasan Strategi Keberlanjutan	Explanation of Sustainability Strategy 3
2.	Ikhtisar Kinerja Aspek Keberlanjutan	Performance Overview of Sustainability Aspect 4
a.	Aspek ekonomi, paling sedikit meliputi:	a. Economic aspect, at least includes:
1.	Kuantitas produksi atau jasa yang dijual;	1. Quantity of products and services sold; 6
2.	Pendapatan atau penjualan;	2. Revenue or sales; 6
3.	Laba atau rugi bersih;	3. Net profit or loss; 6
4.	Produk ramah lingkungan; dan	4. Environment-friendly products; and 6
5.	Pelibatan pihak lokal yang berkaitan dengan proses bisnis Keuangan Berkelanjutan.	5. Engagement of local party related to business process of Sustainable Finance. 6
b.	Aspek Lingkungan Hidup, paling sedikit meliputi:	b. Environmental aspect, at least includes:
1.	Penggunaan energi (antara lain listrik dan air);	1. Energy consumption (including electricity and water); 7
2.	Pengurangan emisi yang dihasilkan Perusahaan yang proses bisnisnya berkaitan langsung dengan lingkungan hidup;	2. Reduction of emission generated by a company in which its business process directly related to environment; 7
3.	Pengurangan limbah dan efluen (limbah yang telah memasuki lingkungan) yang dihasilkan Perusahaan yang proses bisnisnya berkaitan langsung dengan Lingkungan Hidup; atau	3. Reduction of waste and effluent (waste entering environment) generated by a company in which its business process directly related to environment; or 7
4.	Pelestarian keanekaragaman hayati bagi Perusahaan yang proses bisnisnya berkaitan langsung dengan Lingkungan Hidup.	4. Biodiversity conservation for a company in which its business process directly related to environment. 7
c.	Aspek sosial yang merupakan uraian mengenai dampak positif dan negatif dari penerapan Keuangan Berkelanjutan bagi masyarakat dan lingkungan (termasuk orang, daerah, dan dana).	c. Social aspect, which is a description of positive and negative impacts of implementing Sustainability Finance for community and environment (including people, area, and fund). 8
3.	Profil Singkat Perusahaan	Brief Company Profile 10
a.	Visi, misi, dan nilai keberlanjutan Perusahaan;	a. Corporate vision, mission, and sustainable values; 12-15
b.	Nama, alamat, nomor telepon, nomor faksimili, alamat surat elektronik (e-mail), dan situs web, serta kantor cabang dan/atau kantor perwakilan Perusahaan;	b. E-mail address, website, and addresses of branch offices and/or representative office of the Company; 16
c.	Skala usaha Perusahaan secara singkat, meliputi:	c. Brief Company's business scale includes:
1.	Total aset atau kapitalisasi aset, dan total kewajiban (dalam jutaan rupiah);	1. Total assets or asset capitalization, and total obligations (in million rupiah); 17
2.	Jumlah karyawan yang dibagi menurut jenis kelamin, jabatan, usia, pendidikan, dan status ketenagakerjaan;	2. Total employees classified by gender, position, age, education, and employment status; 20
3.	Persentase kepemilikan saham (publik dan pemerintah); dan	3. Percentage of shareholding (public and government); and 17
4.	Wilayah Operasional	4. Area of operations. 20
d.	Penjelasan singkat mengenai produk, layanan, dan kegiatan usaha yang dijalankan;	d. Brief description of products, services, and business operations; 21-24
e.	Keanggotaan pada asosiasi;	e. Membership in associations; 25
f.	Perubahan Perusahaan yang bersifat signifikan, antara lain terkait dengan penutupan atau pembukaan cabang, dan struktur kepemilikan.	f. Significant changes of the Company, including those related to closing or opening branch(es), and ownership structure. 25

Tidak ada perubahan yang terkait
There are no related changes

No.	Uraian Description	Hal Page
4.	Penjelasan Direksi Board of Directors' Explanation	26
a.	Kebijakan untuk merespon tantangan dalam pemenuhan strategi keberlanjutan, paling sedikit meliputi:	
1.	Penjelasan nilai keberlanjutan bagi Perusahaan;	28
2.	Penjelasan respon Perusahaan terhadap isu terkait penerapan Keuangan Berkelanjutan;	28
3.	Penjelasan komitmen pimpinan Perusahaan dalam pencapaian penerapan Keuangan Berkelanjutan;	29
4.	Pencapaian kinerja penerapan Keuangan Berkelanjutan; dan	29
5.	Tantangan pencapaian kinerja penerapan Keuangan Berkelanjutan.	31
b.	Penerapan Keuangan Berkelanjutan, paling sedikit meliputi:	
1.	Pencapaian kinerja penerapan Keuangan Berkelanjutan (ekonomi, sosial, dan Lingkungan Hidup) dibandingkan dengan target; dan	30
2.	Penjelasan prestasi dan tantangan termasuk peristiwa penting selama periode pelaporan (bagi Perusahaan yang diwajibkan membuat Rencana Aksi Keuangan Berkelanjutan).	30
c.	Strategi pencapaian target, paling sedikit meliputi:	
1.	Pengelolaan risiko atas penerapan Keuangan Berkelanjutan terkait aspek ekonomi, sosial, dan Lingkungan Hidup;	30
2.	Pemanfaatan peluang dan prospek usaha; dan	30
3.	Penjelasan situasi eksternal ekonomi, sosial, dan Lingkungan Hidup yang berpotensi mempengaruhi keberlanjutan Perusahaan.	31
5.	Tata Kelola Keberlanjutan Sustainability Governance	32
a.	Uraian mengenai tugas bagi Direksi dan Dewan Komisaris, pegawai, pejabat dan/atau unit kerja yang menjadi penanggung jawab penerapan Keuangan Berkelanjutan.	34-36
b.	Penjelasan mengenai pengembangan kompetensi yang dilaksanakan terhadap anggota Direksi, anggota Dewan Komisaris, pegawai, pejabat dan/ atau unit kerja yang menjadi penanggung jawab penerapan Keuangan Berkelanjutan.	36
c.	Penjelasan mengenai prosedur Perusahaan dalam mengidentifikasi, mengukur, memantau, dan mengendalikan risiko atas penerapan Keuangan Berkelanjutan terkait aspek ekonomi, sosial, dan Lingkungan Hidup, termasuk peran Direksi dan Dewan Komisaris dalam mengelola, melakukan telaah berkala, dan meninjau efektivitas proses manajemen risiko perusahaan.	38
d.	Penjelasan mengenai pemangku kepentingan yang meliputi:	
1.	Keterlibatan pemangku kepentingan berdasarkan hasil penilaian (assessment) manajemen, RUPS, surat keputusan atau lainnya; dan	39
2.	Pendekatan yang digunakan Perusahaan dalam melibatkan pemangku kepentingan dalam penerapan Keuangan Berkelanjutan, antara lain dalam bentuk dialog, survei, dan seminar.	39

No.	Uraian Description	Hal Page
e.	Permasalahan yang dihadapi, perkembangan, dan pengaruh terhadap penerapan Keuangan Berkelanjutan.	e. Problems encountered, developments, and influence toward implementing Sustainable Finance. 39
6.	Kinerja Keberlanjutan	Sustainability Performance 40
a.	Penjelasan mengenai kegiatan membangun budaya keberlanjutan di internal Perusahaan.	a. Explanation of activities in building the culture of sustainability within the Company. 42
b.	Uraian mengenai kinerja ekonomi dalam 3 tahun terakhir meliputi:	b. Explanation of economic performance in the last 3 years, includes: 43
1.	Perbandingan target dan kinerja produksi, portofolio, target pembiayaan, atau investasi, pendapatan dan laba rugi dalam hal Laporan Keberlanjutan disusun secara terpisah dengan Laporan Tahunan; dan	1. Comparison between target and performance of production, portfolio, financing target, or investment, revenue and profit/loss in terms of the Sustainability Report are prepared separately from the Annual Report; and 43
2.	Perbandingan target dan kinerja portofolio, target pembiayaan, atau investasi pada instrumen keuangan atau proyek yang sejalan dengan penerapan Keuangan Berkelanjutan.	2. Comparison between target and performance of portfolio, financing target, or investment of financial instruments or projects which are in line with the implementation of Sustainable Finance. 43
c.	Kinerja sosial dalam 3 tahun terakhir:	c. Social performance in the last 3 years: 43
1.	Komitmen Perusahaan untuk memberikan layanan atas produk dan/atau jasa yang setara kepada konsumen.	1. Company's commitment to providing consumers with equal products and/or services. 43
2.	Ketenagakerjaan, paling sedikit memuat:	2. Employment, at least contains: 44-46
a.	Pernyataan kesetaraan kesempatan bekerja dan ada atau tidaknya tenaga kerja paksa dan tenaga kerja anak;	a. Statement on equality of job opportunity and existence of forced labor and child labor; 44-46
b.	Persentase remunerasi pegawai tetap di tingkat terendah terhadap upah minimum regional;	b. Percentage of permanent employee's lowest remuneration to regional minimum wage; 47
c.	Lingkungan bekerja yang layak dan aman; dan	c. Decent, safe workplace; and 47-48
d.	Pelatihan dan pengembangan kemampuan pegawai.	d. Training and development on employees' capability. 49
3.	Masyarakat, paling sedikit memuat:	3. Community, at least contains: 50
a.	Informasi kegiatan atau wilayah operasional yang menghasilkan dampak positif dan dampak negatif terhadap masyarakat sekitar termasuk literasi dan inklusi keuangan;	a. Information of activities or area of operations making positive and negative impacts on surrounding communities, including financial literacy and inclusion; 50
b.	Mekanisme pengaduan masyarakat serta jumlah pengaduan masyarakat yang diterima dan ditindaklanjuti; dan	b. Public complaint mechanism as well as total public complaints received and followed up; and 50
c.	TJSL yang dapat dikaitkan dengan dukungan pada tujuan pembangunan berkelanjutan meliputi jenis dan capaian kegiatan program pemberdayaan masyarakat.	c. Social and environmental responsibility which can be associated with support to the sustainable development goals, i.e. types and achievements of community empowerment programs. 50-51
d.	Kinerja Lingkungan Hidup, paling sedikit memuat:	d. Environmental performance, at least contains: 51-53
1.	Biaya Lingkungan Hidup yang dikeluarkan;	1. Environmental cost spent; 51-53
2.	Uraian mengenai penggunaan material yang ramah lingkungan, misalnya penggunaan jenis material daur ulang; dan	2. Explanation of use of environment-friendly material, e.g. use of recycled material; and 51-53
3.	Uraian mengenai penggunaan energi, paling sedikit memuat:	3. Explanation of energy consumption, at least contains: 54-55
a.	Jumlah dan intensitas energi yang digunakan; dan	a. Total and intensity of energy consumed; and 54-55
b.	Upaya dan pencapaian efisiensi energi yang dilakukan termasuk penggunaan sumber energi terbarukan.	b. Effort and achievement of energy efficiency implemented, including use of renewable energy. 56

Tidak
dipaparkan
Not reported

No.	Uraian Description	Hal Page
e.	Kinerja Lingkungan Hidup bagi Perusahaan yang proses bisnisnya berkaitan langsung dengan Lingkungan Hidup paling sedikit memuat:	
1.	Kinerja sebagaimana dimaksud dalam huruf d;	
2.	Informasi kegiatan atau wilayah operasional yang menghasilkan dampak positif dan dampak negatif terhadap Lingkungan Hidup sekitar terutama upaya peningkatan daya dukung ekosistem;	51-53
3.	Keanekaragaman hayati, paling sedikit memuat:	
a.	Dampak dari wilayah operasional yang dekat atau berada di daerah konservasi atau memiliki keanekaragaman hayati; dan	Tidak ada wilayah operasional yang relevan dengan kategori ini There are no operational areas relevant to this category
b.	Usaha konservasi keanekaragaman hayati yang dilakukan, mencakup perlindungan spesies flora atau fauna.	Tidak ada wilayah operasional yang relevan dengan kategori ini There are no operational areas relevant to this category
4.	Emisi, paling sedikit memuat:	
a.	Jumlah dan intensitas emisi yang dihasilkan berdasarkan jenisnya; dan	54-55
b.	Upaya dan pencapaian pengurangan emisi yang dilakukan.	54
5.	Limbah dan effluen, paling sedikit memuat:	
a.	Jumlah limbah dan effluen yang dihasilkan berdasarkan jenis;	57
b.	Mekanisme pengelolaan limbah dan effluen; dan	57
c.	Tumpahan yang terjadi (jika ada).	Tidak ada None
6.	Jumlah dan materi pengaduan Lingkungan Hidup yang diterima dan diselesaikan.	Tidak ada None
f.	Tanggung jawab pengembangan Produk dan/ atau Jasa Keuangan Berkelanjutan, paling sedikit memuat:	
1.	Inovasi dan pengembangan Produk dan/atau Jasa Keuangan Berkelanjutan;	58
2.	Jumlah dan persentase produk dan jasa yang sudah dievaluasi keamanannya bagi pelanggan;	59
3.	Dampak positif dan dampak negatif yang ditimbulkan dari Produk dan/atau Jasa Keuangan Berkelanjutan dan proses distribusi, serta mitigasi yang dilakukan untuk menanggulangi dampak negatif;	60
4.	Jumlah produk yang ditarik kembali dan alasannya; atau	60
5.	Survei kepuasan pelanggan terhadap Produk dan/atau Jasa Keuangan Berkelanjutan.	61
g.	Kinerja Lingkungan Hidup bagi Perusahaan yang proses bisnisnya berkaitan langsung dengan Lingkungan Hidup paling sedikit memuat:	
1.	Kinerja sebagaimana dimaksud dalam huruf d;	
2.	Informasi kegiatan atau wilayah operasional yang menghasilkan dampak positif dan dampak negatif terhadap Lingkungan Hidup sekitar terutama upaya peningkatan daya dukung ekosistem;	Tidak ada wilayah operasional yang relevan dengan kategori ini There are no operational areas relevant to this category
e.	Environmental performance for a company in which its business process directly related to environment, at least contains:	
1.	Performance as referred to in item d;	
2.	Information of activities or area of operations making positive and negative impacts on surrounding environment, especially of effort for improving ecosystem carrying capacity.	51-53
3.	Biodiversity, at least contains:	
a.	Impacts from area of operations which is close to or located within a conservation area or an area having biodiversity; and	Tidak ada wilayah operasional yang relevan dengan kategori ini There are no operational areas relevant to this category
b.	Biodiversity conservation efforts, include flora or fauna species protection.	Tidak ada wilayah operasional yang relevan dengan kategori ini There are no operational areas relevant to this category
4.	Emission, at least contains:	
a.	Total and intensity of emission generated by type; and	54-55
b.	Efforts and achievements of emission reduction.	54
5.	Waste and effluent, at least contains:	
a.	Total waste and effluent generated by type;	57
b.	Mechanism of waste and effluent treatment; and	57
c.	Spills (if any).	Tidak ada None
6.	Total and subjects of environmental complaints received and settled.	Tidak ada None
f.	Responsibility for developing Products and/or Services of Sustainable Finance, at least contains:	
1.	Innovations and development of Products and/ or Services of Sustainable Finance;	58
2.	Total and percentage of products and services valued in terms of their safety to customers;	59
3.	Positive and negative impacts as the result of Products and/or Services of Sustainable Finance and their distribution process, and mitigation measures taken to control negative impact;	60
4.	Number of products withdrawn along with the reason; or	60
5.	Customer satisfaction survey of Products and/or Services of Sustainable Finance.	61
g.	Environmental performance for a company in which its business process directly related to environment, at least contains:	
1.	Performance as referred to in item d;	
2.	Information of activities or area of operations making positive and negative impacts on surrounding environment, especially of effort for improving ecosystem carrying capacity.	Tidak ada wilayah operasional yang relevan dengan kategori ini There are no operational areas relevant to this category
7.	Verifikasi tertulis dari pihak independen, jika ada.	Tidak ada None
	Written verification of independent party, if any.	

Lembar Umpan Balik

FEEDBACK SHEET

Laporan ini menyajikan informasi terkait kinerja Perseroan dalam aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Perseroan sangat mengharapkan kritik, masukan, atau saran dari Bapak/Ibu/Saudara untuk meningkatkan kualitas laporan keberlanjutan berikutnya.

This report presents information related to performance of the Company in economic, social, and environmental aspects. The Company welcomes your criticisms, feedback or suggestions for improving quality of the subsequent sustainable reports.

Pertanyaan Questions	Setuju Agree	Tidak Setuju Disagree
-------------------------	-----------------	--------------------------

Laporan Keberlanjutan ini telah memberikan informasi yang bermanfaat mengenai kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungan Perseroan.

This Sustainability Report has provided useful information on economic, social, and environmental performance of the Company.

Data dan informasi yang diungkapkan mudah dipahami, lengkap, transparan, dan berimbang.

Data and information disclosed are easy to understand, complete, transparent, and balanced.

Data dan informasi yang disajikan berguna dalam pengambilan keputusan.

Data and information presented are useful for making decision.

Laporan ini menarik dan mudah dibaca.

This report is interesting and easy to read.

Mohon berikan nilai mengenai aspek yang terdapat dalam Laporan ini. (1 = paling penting, 2 = penting, 3 = tidak penting, 4 = sangat tidak penting).

Please score on aspects presented in this Report. (1 = most important, 2 = important, 3 = not important, 4 = very important).

☐ Kinerja Ekonomi Economic Performance	☐ Ketenagakerjaan Employment	☐ Pengelolaan Limbah Waste Treatment
☐ Portofolio Produk Product Portfolio	☐ Penggunaan Energi Energy Consumption	☐ Privasi Nasabah Customer Privacy
☐ Pelatihan dan Pendidikan Training and Education	☐ Kesetaraan Gender dan Kesempatan Kerja yang Adil / Gender Equality and Fair Job Opportunity	☐ Anti Korupsi dan Anti Fraud Anti-Corruption and Anti-Fraud
☐ Teknologi Informasi Information Technology	☐ Kesehatan dan Keselamatan Kerja Work Health and Safety	☐ Pengurangan Emisi Emission Reduction

Mohon berikan komentar/saran/usulan bagi laporan ini. / Please give your comments/suggestions/ideas for this report

.....

.....

.....

Profil Anda / Your Profile

Nama / Name :
Pekerjaan / Occupation :
Nama Lembaga/Perusahaan / Name of Agency/Company :
Kontak (telepon, email) / Contact (phone, e-mail) :

Kategori Pemangku Kepentingan / Category of Stakeholder

☐ Investor / Investor	☐ Nasabah / Customer	☐ Pegawai / Employee	☐ Distributor / Distributor
☐ Media / Media	☐ Masyarakat / Public	☐ Pemerintah / Government	☐ Lain-lain / Other

Saran dan tanggapan yang Anda berikan atas informasi yang disajikan dalam Laporan ini mohon dikirimkan kepada:
Please send your suggestion and response to information presented in this Report to:

Vikry Ahmadi
Sekretaris Perusahaan
Corporate Secretary

Sinarmas MSIG Tower Lantai 42
Jl. Jend Sudirman Kav. 21, Kel. Karet, Kec. Setiabudi, Kota Jakarta Selatan. DKI Jakarta 12920
Telepon : (021) 29189191
Faksimili : (021) 29189199
<http://www.unicharm.co.id>