



# ETHICAL LIVING



**2021** LAPORAN KEBERLANJUTAN  
SUSTAINABILITY REPORT



## KESINAMBUNGAN TEMA

CONTINUITY THEME



2020

### Menuju Pertumbuhan Berkelanjutan

Into Sustainable Development

Dengan tingginya kesadaran kepada keberlanjutan lingkungan hidup, Perseroan berkomitmen untuk memastikan proses produksi Perseroan tidak mempengaruhi keseimbangan lingkungan hidup. Perseroan juga berkomitmen untuk mengurangi emisi karbon, menghemat penggunaan air, dan memastikan limbah hasil produksi tidak akan mencemari lingkungan. Bahan yang digunakan di dalam produk Perseroan juga bersifat biodegradable dan dapat di daur ulang untuk memastikan produk Perseroan akan berdampak negatif sekecil mungkin bagi lingkungan hidup. Dengan melaksanakan langkah-langkah ini, Perseroan memiliki tujuan untuk memelihara pertumbuhan yang berkelanjutan dan menjadi contoh sebagai perusahaan industri manufaktur yang berwawasan lingkungan.

With awareness towards environmental sustainability being in an all-time high, the Company commits to ensure that their production process won't affect the balance of the natural environment. The Company have committed to reduce carbon emission, save water usage, and ensuring that no waste produced by the Company's factory would end up in the environment. The materials used in the Company's products are also biodegradeable and recycleable, to ensure that it would leave as little impact as possible towards the environment. By implementing these measures, the Company are aiming to foster a more sustainable growth and set an example of being a environmentally-minded manufacturing industry.



2021

### Ethical Living

Ethical Living

Perseroan telah dengan baik mematuhi komitmen global yang diambil dalam memastikan kelestarian lingkungan. Berdasar dari kesuksesan tahun 2020, Perseroan memiliki tujuan untuk lebih memupuk nilai-nilai keberlanjutan pada tahun 2021. Perseroan ingin berkomitmen lebih jauh ke dalam pertumbuhan berkelanjutan, dimana langkah-langkah yang dilakukan pada tahun sebelumnya dipertahankan serta mengimplementasikan kebijakan baru mengenai penggunaan berkelanjutan bahan baku, sumber daya, dan penggunaan energi. Dan semuanya, harus dimulai dengan hal-hal kecil terlebih dahulu, langkah demi langkah secara bertahap.

The Company has done well in ensuring that they adhere to the global commitment taken in ensuring environmental sustainability. Building upon the success of 2020, the Company aims to further foster the values of sustainability in 2021. The Company desires to commit themselves further into sustainable development, which sees the measures introduced in the previous year being retained as well as new policies regarding sustainable usage of materials, resources, and energi use being introduced. And everything, must start with the little things first, step by step gradually

## DAFTAR ISI

TABLE OF CONTENTS

<b>Kesinambungan Tema</b>	<b>2</b>	<b>Evolusi "Winning Patterns" Perseroan</b>	<b>31</b>
Continuity Theme		Evolution of Our "Winning Patterns"	
<b>Daftar Isi</b>	<b>3</b>	<b>Visi Kyosei Life 2030</b>	<b>33</b>
Table of Contents		Kyosei Life Vision 2030	
<b>Merumuskan The Unicharm Way</b>	<b>4</b>	<b>Topik Kunci</b>	<b>36</b>
Formulating of the Unicharm Way		Key Topics	
<b>Kebijakan Redaksi</b>	<b>6</b>	<b>Sumber Daya Manusia</b>	<b>58</b>
Editorial Policy		Human Resource	
<b>Keanggotaan Pada Asosiasi</b>	<b>12</b>	<b>Inisiatif untuk Lingkungan</b>	<b>64</b>
Membership of The Association		Initiatives for Environment	
<b>Perubahan Perusahaan yang Bersifat Signifikan</b>	<b>13</b>	<b>Inisiatif untuk Masyarakat</b>	<b>72</b>
Significant Changes of The Company		Initiatives for Society	
<b>Informasi Perusahaan</b>	<b>13</b>	<b>Tata Kelola Perusahaan yang Baik</b>	<b>73</b>
Corporate Information		Good Corporate Governance	
<b>Pesan Dari Direktur Utama</b>	<b>14</b>	<b>Kepatuhan</b>	<b>82</b>
Message From The Board of Director		Compliance	
<b>Lintasan Pertumbuhan Perseroan</b>	<b>18</b>	<b>Sistem Manajemen Risiko</b>	<b>85</b>
The Company's Growth Trajectory		Risk Management System	
<b>Ekspansi Bisnis Perseroan</b>	<b>20</b>	<b>Informasi Saham</b>	<b>87</b>
The Company's Business Expansion		Stock Information	
<b>Ikhtisar Keuangan</b>	<b>22</b>	<b>Pernyataan Anggota Dewan Komisaris dan Direksi Tentang Tanggung Jawab Atas Laporan Keberlanjutan 2021 PT Uni-Charm Indonesia Tbk</b>	<b>90</b>
Financial Highlights		The Board Of Commissioners and Directors Statement of Responsibility for The 2021 Sustainability Report of PT Uni-Charm Indonesia Tbk	
<b>Non-Financial Highlights</b>	<b>24</b>	<b>Daftar Pengungkapan Sesuai Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 51/Pojk.03/2017 Tentang Penerapan Keuangan Berkelanjutan bagi Lembaga Jasa Keuangan, Emiten, dan Perusahaan Publik</b>	<b>91</b>
Non-Financial Highlights		List of Disclosures According to Financial Services Authority Regulation Number 51/ Pojk.03/2017 Concerning The Implementation of Sustainable Finance for Financial Services Institutions, Issuers, and Public Companies	
<b>Model Penciptaan Nilai / Model Bisnis</b>	<b>26</b>	<b>Lembar Umpan Balik</b>	<b>95</b>
Value Creation Model / Business Model		Feedback Sheet	
<b>Contoh Penciptaan Nilai Menggunakan Kekuatan Unicharm</b>	<b>28</b>		
Examples of Value Creation Using Unicharm Strengths			
<b>Kekuatan yang Mendukung Pertumbuhan Berkelanjutan Unicharm</b>	<b>30</b>		
Strengths That Support Unicharm's Sustained Growth			

# MERUMUSKAN THE UNICHARM WAY

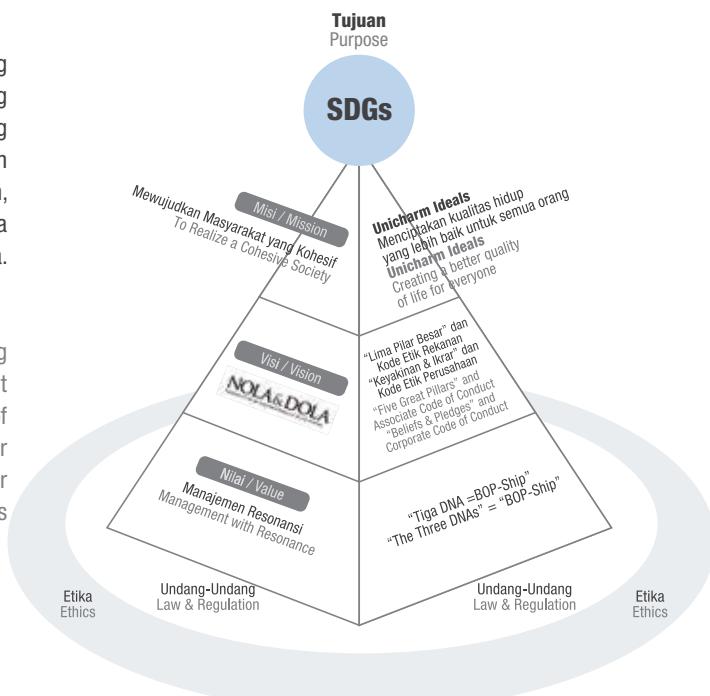
## FORMULATING OF THE UNICHARM WAY

### Masyarakat yang Simbiosis = Inklusi Sosial

Ini adalah masyarakat di mana setiap orang mandiri dan mendukung satu sama lain dengan cara yang memungkinkan setiap orang untuk memiliki jarak yang tepat agar anggota masyarakat yang rentan, mereka yang dirugikan baik untuk sementara maupun untuk waktu yang lama karena penuaan, penyakit, persalinan, menstruasi atau faktor lain dapat menghabiskan hidup mereka dengan cara yang mereka inginkan terlepas dari keadaan mereka.

### Cohesive Society = Social Inclusion

It is a society in which each person is independent while supporting each other in a way that allows each person to have just the right sense of distance so that, in addition to vulnerable members of society, those who are at a disadvantage either temporarily or for an extended period due to aging, illness, childbirth, menstruation or other factors can spend their lives in the way they so wish regardless of the situation.



### TUJUAN, MISI, VISI DAN NILAI PERUSAHAAN

CORPORATE PURPOSE, MISSION, VISION AND VALUE

Perseroan percaya bahwa berkontribusi pada pencapaian Keberlanjutan adalah "tujuan" (signifikansi keberadaan). Tujuan ini dibagi menjadi tiga bagian: "Misi", "Visi", dan "Nilai" agar lebih spesifik. "Misi" digambarkan sebagai apa yang ingin kita capai, dan untuk lebih spesifik lagi, misi Perseroan adalah 'realisasi masyarakat simbiosis'. 'Masyarakat simbiosis' yang Perseroan tuju adalah masyarakat di mana semua orang dapat terus menghabiskan hidup mereka dengan cara mereka sendiri secara menjadi mandiri namun saling membantu. "Visi" menunjukkan bagaimana kita dapat mewujudkan 'masyarakat simbiosis'. Secara khusus, Perseroan mewujudkannya dengan menerapkan filosofi Perseroan, 'NOLA & DOLA' (Necessity of Live with Activities & Dreams of Life with Activities), ke dalam tindakan Perseroan. 'NOLA' berarti memberi orang-orang dukungan lembut baik dalam pikiran dan tubuh untuk membebaskan mereka dari berbagai beban, sedangkan 'DOLA' bermakna kontribusi untuk memenuhi impian setiap orang. "Nilai" Perseroan adalah 'aspirasi' dan 'misi' yang mendasari "Misi" dan "Visi". Perseroan beraspirasasi untuk mempromosikan model manajemen umum seperti 'manajemen resonansi' oleh semua karyawan Perseroan di seluruh dunia.

### DASAR PERUSAHAAN

UNICHARM IDEALS

1. Perseroan akan menciptakan produk dan pelayanan terbaik, serta dengan memperluas pasar, memberikan sumbangan bagi perwujudan kehidupan manusia yang berkelimpahan.
2. Perseroan akan mengusahakan dengan sungguh-sungguh pengelolaan perusahaan yang benar, yaitu menyatakan kemajuan dan pekembangan bisnis, kebahagiaan karyawan dan pemenuhan tanggung jawab kemasyarakatan.
3. Perseroan dengan mengutamakan semangat kemandirian, meninggikan panji-panji lima semangat\* dengan berdasarkan kejujuran dan keharmonisan untuk membuat hasil kerja sama seluruh karyawan.

The Company believes that contributing to the achievement of SDGs is its "purpose" (significance of existence). This purpose is divided into three parts: "Mission", "Vision", and "Value" for being more specific. The "Mission" is described to be what we want to accomplish and, to be more specific, it is the 'realization of cohesive society' as far as The Company is concerned. The 'cohesive society' we aim for is a society in which all people can continue to spend their lives in their own way by becoming independent and helping each other. The "Vision" shows about how we can realize a 'cohesive society'. Specifically, we make it happen by putting the Company philosophy, 'NOLA & DOLA' (Necessity of Live with Activities & Dreams of Life with Activities), into action. 'NOLA' means providing people with gentle support both in their mind and body for freeing them from various burdens, while 'DOLA' means contributing to fulfill the dream of each and every person. The Company "Value" is the underlying 'aspiration' and 'sense of mission' that sustain "Mission" and "Vision" and, at The Company, it is to promote such common management model as 'management with resonance' by all of the Company employees around the world.

1. The Company will contribute to creating a better quality of life for everyone by offering only the finest products and services to the market and customers.
2. The Company will strive to pursue proper corporate management principles which combine corporate growth, associate well-being and the fulfillment of the Company social responsibilities.
3. The Company 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\*.

\*Lima Pilar

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

\*The Five Great Pillars

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

## LIMA SEMANGAT DAN PEDOMAN TINDAKAN

FIVE GREAT PILLARS AND ASSOCIATE CODE OF CONDUCT

### 1. Kreasi dan Inovasi

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

### 2. Rasa Memiliki

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

### 3. Menyukai Tantangan

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

### 4. Berjiwa Kepemimpinan

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

### 5. Perlakuan Yang Wajar Terhadap Semua Orang

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

### 1. Creativity & Innovation

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

### 2. Ownership

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

### 3. Challenger-ship

The Company 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.

### 4. Leadership

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

### 5. Fair play

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

## "TEKAD DAN JANJI" DAN PRINSIP TINDAKAN PERUSAHAAN

"BELIEFS & PLEDGES" AND CORPORATE CODE OF CONDUCT

### • Janji kepada konsumen

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

### • Janji kepada pemegang saham

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

### • Janji kepada mitra bisnis

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

### • Janji kepada karyawan

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

### • Janji kepada masyarakat

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

### • Pledge to our customers

We pledge to earn the full support of customers by always doing everything we can.

### • Pledge to our shareholders

We pledge to distribute industry-leading returns to shareholders.

### • Pledge to business partners

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

### • Pledge to associates

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

### • Pledge to society

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

## ■ TIGA DNA = BOP-SHIP

THREE DNAs = BOP-SHIP

Sebagai perusahaan dengan pertumbuhan berkelanjutan, Perseroan telah memupuk budaya dan semangat perusahaan yang disebut “Tiga DNA” yang telah diturunkan dari pendiri. Karena kegiatan bisnis Perseroan menyebar dari Jepang ke Asia kemudian ke Timur Tengah, Eropa dan Amerika Serikat, Perseroan telah menyusun ulang Tiga DNA sebagai “Best Practice-ship, Ownership & Partnership” untuk semua karyawan di seluruh dunia agar lebih mengerti. “Tiga DNA” adalah nilai-nilai perusahaan yang menopang fondasi kegiatan Perseroan dan nilai-nilai ini berlaku untuk setiap anggota grup mulai dari manajemen puncak hingga karyawan.

- **Best Practice-ship (Teori apabila berubah akan bernali)**

Mengumpulkan best practice secara sungguh-sungguh, membuang kebiasaan lama, selalu memperbaruiinya, dan menerapkan yang terbaik di saat itu dengan fokus pada kecepatan.

- **Ownership (Teori penyebab ada pada diri sendiri)**

Menganggap semua hal adalah masalah diri sendiri, berpikir dan bertindak dengan inisiatif sendiri layaknya paranoia, untuk menembus kesulitan

- **Partnership (Pertahankan posisi No. 1 kami dengan berdedikasi melalui layanan yang berkelanjutan)**

Partnership adalah mementingkan kerjasama dengan rekan kerja dengan hati altruistik. Dengan bekerjasama maka akan menghasilkan komunikasi yang melampaui hambatan baik di internal dan eksternal perusahaan, dan dengan semakin berkembangnya hal ini maka akan melahirkan inovasi.

Being a company with sustainable growth, The Company has nurtured a corporate culture and spirit called the “Three DNAs” that has seamlessly been passed down from its foundation. As the Company business activities were spread from Japan to Asia then to the Middle East, Europe and the United States, we have rephrased the Three DNAs as “Best Practice-ship, Ownership & Partnership (BOP-Ship)” for all employees around the world to better understand. The “Three DNAs” and “BOP-Ship” are the corporate values that sustain the foundation of the Company activities and these values are common to each and every member of the group from top management to the employee.

- **Best Practice-ship (Changing values)**

This refers to frantically accumulating the best practices, abandoning the past persistence, constantly making updates and incorporating the best practices at the time with an emphasis on speed.

- **Ownership (Find reason within ourselves)**

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

- **Partnership (Maintain our No. 1 position through continued and dedicated services)**

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

## ■ KEBIJAKAN REDAKSI

EDITORIAL POLICY

## KEBIJAKAN EDITORIAL

EDITORIAL POLICY

## ■ PERSIAPAN UNTUK “LAPORAN KEBERLANJUTAN 2021”

IN PREPARATION FOR THE “SUSTAINABILITY REPORT 2021”

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

Adapun laporan keberlanjutan Perseroan, Perseroan mengacu pada UN Global Compact, Pedoman GRI dan sumber lain di seluruh laporan berdasarkan tuntutan masyarakat global. Perseroan akan terus mengakomodasi permintaan pemangku kepentingan semaksimal mungkin.

\* NOLA&DOLA “Necessity of Life with Activities & Dreams of Life with Activities”: Perseroan memiliki tujuan untuk menyediakan semua orang, baik bayi yang baru lahir hingga orang tua, dengan produk yang memberikan dukungan mental dan fisik melalui perawatan yang lembut sehingga mereka dapat bebas dari beban hidup mereka dan terbang meraih impian mereka.

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

As for sustainability Report the Company, the Company refer to the UN Global Compact, GRI Guidelines and other sources throughout the whole report based on global societal demands. The Company will continue to accommodate the requests of the Company stakeholders to the greatest extent possible.

\* NOLA&DOLA “Necessity of Life with Activities & Dreams of Life with Activities”: The Company aims to provide all people, from newborn infants to the elderly, with products that provide mental and physical support through gentle care so that they may be free of their burdens to fulfill their dreams.

## ■ CAKUPAN AREA

### AREAS COVERED

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

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

## ■ SEGMENTASI

### SEGMENTATION

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

All the Company stakeholders inclusive of customers, shareholders, investors, business partners, employees and society in general.

## ■ PERIODE

### PERIOD

1 Januari hingga 31 Desember 2021 (termasuk kegiatan sebelum dan sesudah periode ini dan target yang akan datang).

January 1 to December 31, 2021 (including activities before and after this period and future targets).

## ■ TANGGAL PUBLIKASI

### DATE OF ISSUE

Mei 2022

May 2022

## ■ PEDOMAN REFERENSI

### REFERENCE GUIDELINES

Standar Pelaporan Keberlanjutan SEOJK & SDGs :

- SEOJK Nomor 16 / SEOJK.04 / 2021;
- Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs).

SEOJK & SDGs Sustainability Reporting Standards:

- SEOJK Number 16 / SEOJK.04/2021;
- Sustainable Development Goals (SDGs).

## ■ TERSEDIA DI

### AVAILABLE AT

"Laporan Keberlanjutan" di : [www.unicharm.co.id](http://www.unicharm.co.id)

"Sustainability Report" on : [www.unicharm.co.id](http://www.unicharm.co.id)

## ■ SISTEM KETERBUKAAN INFORMASI

### INFORMATION DISCLOSURE SYSTEM

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

The Company disclose financial and non-financial data through the following channels.

#### [Data Finansial / Financial Data]

Laporan Tahunan  
Annual Report

Laporan Keuangan Konsolidasi  
Consolidated Financial Statements

#### [Data Non-Finansial / Non-Financial Data]

Laporan Keberlanjutan  
Sustainability Repor

Laporan Tata Kelola Perusahaan  
Corporate Governance Report

## STRUKTUR MANAJEMEN

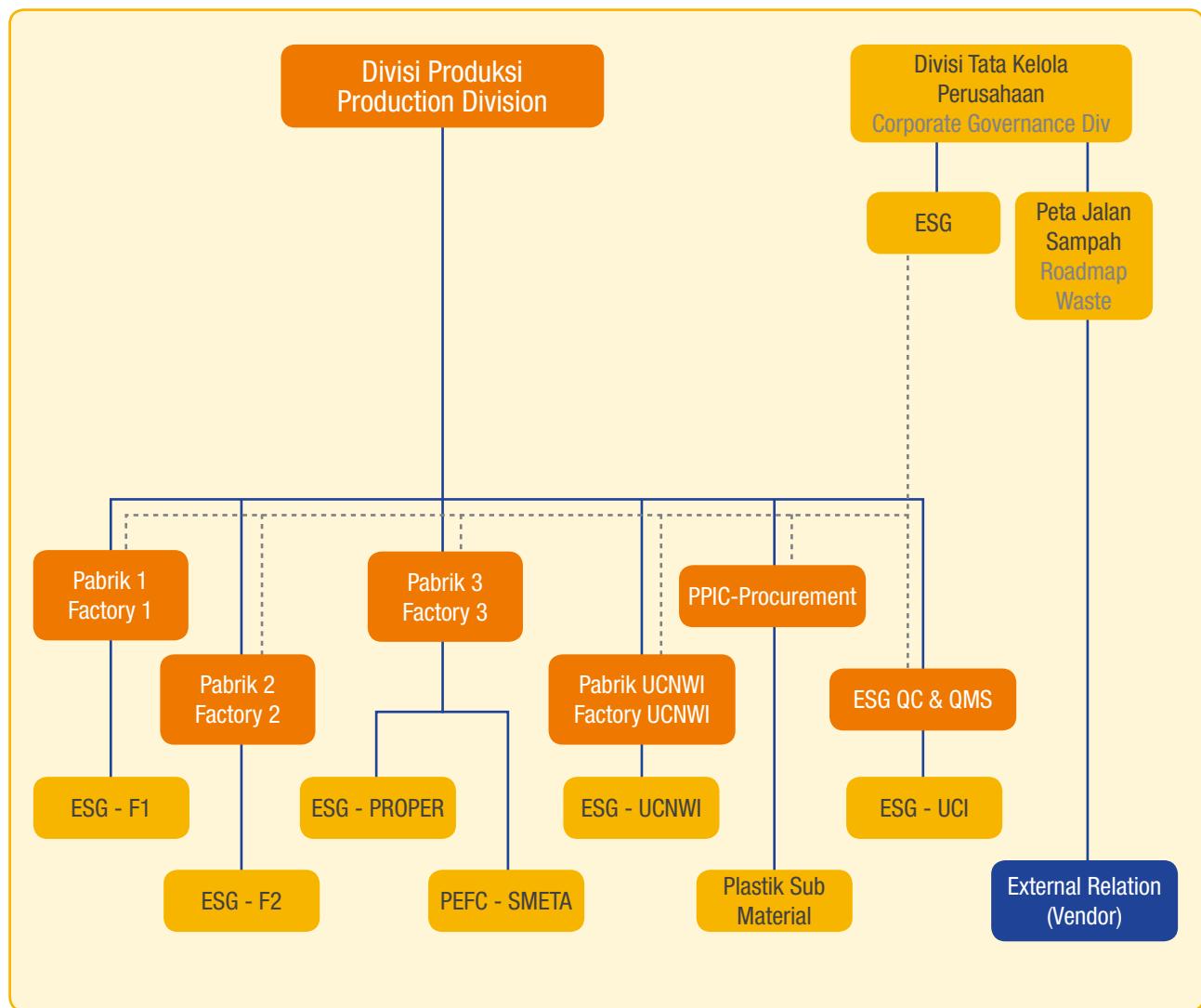
MANAGEMENT STRUCTURE

### ■ ESG PROMOTIONAL STRUCTURE

#### ESG PROMOTIONAL STRUCTURE

Perseroan telah membentuk struktur untuk menerapkan dan mempromosikan kegiatan ESG yang lancar untuk memenuhi harapan pemangku kepentingan Perseroan. "Tim ESG" Perseroan adalah struktur yang diketuai oleh Direktur Perseroan untuk mempromosikan ESG. Tim bertemu setiap bulan untuk berdiskusi dan berbagi informasi tentang kegiatan ESG yang pada gilirannya dimanfaatkan dalam pengelolaan.

The Company has established a structure to implement and promote smooth ESG activities in order to meet the Company stakeholders' expectations. The Company "ESG Team" is a cross-organizational structure chaired by the Company's Director for promoting ESG. The team meets every month to discuss and share information about ESG activities which in turn is utilized in the management.



Ditetapkan di / Appointed on : Karawang  
Pada Tanggal / Date : 5 Januari / January 2022  
PT Uni-Charm Indonesia Tbk

## INISIATIF TATA KELOLA LINGKUNGAN, SOSIAL DAN PERUSAHAAN (ESG)

ENVIRONMENTAL, SOCIAL AND CORPORATE GOVERNANCE (ESG) INITIATIVES

Keterangan Description	Tata Kelola Organisasi, Hak Asasi Manusia, Praktik Ketenagakerjaan, Lingkungan, Praktik Bisnis yang Adil, Isu Konsumen dan Keterlibatan dan Pengembangan Masyarakat Organizational Governance, Human Rights, Labor Practices, the Environment, Fair Business Practices, Consumer issues and Community Involvement and Development
E	<ul style="list-style-type: none"><li>• Perubahan iklim / Gas rumah kaca, Manajemen penggunaan energi dan energi terbarukan serta risiko perubahan iklim</li><li>• Sumber daya air / Penggunaan air dan Pengurangan penggunaan air</li><li>• Polusi dan sumber daya / Pembuangan limbah, penggunaan sumber daya dan daur ulang</li><li>• Rantai pasokan / Kebijakan pemasok, Isu lingkungan dan pengadaan material yang berkelanjutan</li><li>• Keanekaragaman hayati</li><li>• Pengembangan produk ramah lingkungan</li><li>• Climate change / GHG, Energy use management, renewable energy and climate change risk</li><li>• Water resources / Water use and Reduction of water use</li><li>• Pollution and resources / Waste disposal, resource usage and recycling</li><li>• Supply chain / Supplier policy, Environmental issues and Sustainable material procurement</li><li>• Biodiversity</li><li>• Development of environmentally-friendly products</li></ul>
S	<ul style="list-style-type: none"><li>• Standar ketenagakerjaan / Pekerja anak, Kerja paksa, Anti-diskriminasi, Kebebasan berserikat, Hak berunding bersama, Upah minimum dan Melawan tindakan pelecehan</li><li>• Kesehatan dan keselamatan</li><li>• Hak Asasi Manusia / Uji Tuntas, Hak Anak, Pekerja Anak, dan Penanganan Pengaduan</li><li>• Komunitas dan Kontribusi Sosial</li><li>• Tanggung jawab kepada pelanggan / Iklan dan pemasaran yang bertanggung jawab dan Kepuasan pelanggan</li><li>• Rantai pasokan / Pekerja anak, Kerja paksa dan Anti-diskriminasi, Kebebasan berserikat, Hak tawar-menawar kolektif, Upah minimum, Kesehatan dan Keselamatan, Uji tuntas dan Peningkatan kapasitas</li><li>• Kualitas produk dan keamanan Produk</li><li>• Labor standards / Child labor, Forced labor, Anti-discrimination, Freedom of association, Collective bargaining rights, Minimum wage and Harassment</li><li>• Health and Safety</li><li>• Human rights / Due diligence, Children's rights, Child labor, and Complaint handling</li><li>• Community investment and Social contribution activities</li><li>• Responsibilities to customers / Responsible advertising and marketing and Customer satisfaction</li><li>• Supply chain / Child labor, Forced labor and Anti-discrimination, Freedom of association, Collective bargaining rights, Minimum wage, Health and Safety, Due diligence and Capacity building</li><li>• Product quality and Product safety</li></ul>
G	<ul style="list-style-type: none"><li>• Pencegahan korupsi / Anti-penyuapan, Perdagangan dari orang dalam, saluran telepon Whistleblower, Pendidikan dan penilaian Risiko</li><li>• Tata kelola perusahaan</li><li>• Manajemen risiko di seluruh perusahaan (lingkungan, masyarakat, tata kelola perusahaan)</li><li>• Kepatuhan</li><li>• Transparansi pajak</li><li>• Corruption prevention / Anti-bribery, Insider trading, Whistleblower hotline, Education and Risk assessment</li><li>• Corporate Governance</li><li>• Company-wide risk management (environment, society, corporate governance)</li><li>• Compliance</li><li>• Tax transparency</li></ul>

## ■ STRUKTUR PROMOSI ESG

ESG PROMOTION STRUCTURE

Perseroan menjalankan kegiatan bisnis dengan memperhatikan suara para pemangku kepentingan dan dengan mengacu pada berbagai pedoman internasional, dll. Perseroan mendukung sepuluh prinsip "UN Global Compact" dan, pada kenyataannya, telah mulai berpartisipasi dalam persetujuan tersebut sejak Mei 2006.

### UN Global Compact

<b>Hak Asasi Manusia</b> Human Rights	Prinsip / Principle 1 : Bisnis harus mendukung dan menghormati perlindungan hak asasi manusia yang dinyatakan secara internasional Business should support and respect the protection of internationally proclaimed human right Prinsip / Principle 2 : Memastikan mereka tidak terlibat dalam pelanggaran hak asasi manusia Make sure that they are not complicit in human right abuse
<b>Tenaga kerja</b> Labour	Prinsip / Principle 3 : Bisnis harus menjunjung tinggi kebebasan berserikat dan pengakuan efektif atas hak untuk berunding bersama Business should uphold the freedom of association and the effective recognition of the right to collective bargaining Prinsip / Principle 4 : Penghapusan segala bentuk wajib kerja paksa The elimination of all forms of forced compulsory labour Prinsip / Principle 5 : Penghapusan pekerja anak yang efektif The effective abolition of child labour Prinsip / Principle 6 : Penghapusan diskriminasi mengenai pekerjaan dan jabatan The elimination of discrimination in respect of employment and occupation
<b>Lingkungan</b> Environment	Prinsip / Principle 7 : Bisnis harus mendukung pendekatan kehati-hatian terhadap tantangan lingkungan Business should support a precautionary approach to environmental challenges Prinsip / Principle 8 : Melakukan inisiatif untuk mempromosikan tanggung jawab lingkungan yang lebih besar Undertake initiatives to promote greater environmental responsibility Prinsip / Principle 9 : Mendorong pengembangan dan difusi teknologi ramah lingkungan Encourage the development and diffusion of environmentally friendly technologies
<b>Anti-Korupsi</b> Anti- Corruption	Prinsip / Principle 10: Bisnis yang dijalankan wajib memerangi praktik korupsi dalam bentuk apapun termasuk praktik pemerasan dan penyuapan Business should work against corruption in all its forms, including exertion and bribery

### WEPs

In support of

**WOMEN'S EMPOWERMENT PRINCIPLES**

Established by UN Women and the UN Global Compact Office

### TCFD



### ISO26000



### Sustainable Development Goals (SDGs)

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



## ■ KOMUNIKASI DENGAN PEMANGKU KEPENTINGAN

COMMUNICATING WITH STAKEHOLDERS

Perseroan berkomitmen untuk melakukan aktivitas bisnis yang jujur dan dapat dipercaya oleh pelanggan, pemegang saham, mitra bisnis, karyawan dan masyarakat melalui Janji dan Prinsip Tindakan Perseroan yang mendorong komunikasi dua arah dengan pemangku kepentingan.

The Company is committed to conducting business activities that are honest and trusted by customers, shareholders, business partners, employees and the community through its Promises and Principles of Action that encourage two-way communication with stakeholders.

## Berkomunikasi dengan Pemangku Kepentingan

## Communicating with Stakeholders

	<b>Kebijakan Komunikasi (Keyakinan dan Ikrar)</b> Communication Policy (Beliefs and Pledges)	<b>Metode komunikasi utama</b> Primary communication methods	<b>Contoh Tema Dialog</b> Examples of Dialogue Themes
<b>Pelanggan</b> Customers	Perseroan berjanji untuk mendapatkan dukungan dari pelanggan dengan selalu melakukan segala yang Perseroan bisa.  The Company pledge to earn the full support of customers by always doing everything the Company can.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Customer service</li> <li>Survey kepuasan pelanggan</li> <li>Pameran dan acara</li> <li>Customer communication center</li> <li>Customer satisfaction survey</li> <li>Exhibitions and events</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kualitas, keamanan, dan fungsi terkait produk</li> <li>Pendapat tentang produk dan layanan serta respon</li> <li>Quality, safety and functions concerning products</li> <li>Opinions concerning products and services and response</li> </ul>
<b>Pemegang Saham</b> Shareholders	Perseroan berjanji untuk memberikan kontribusi yang sepadan bagi para pemegang saham.  The Company pledge to make an adequate contribution to our Shareholders.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rapat Umum Pemegang Saham</li> <li>Hasil briefing</li> <li>Roadshow Investor Relation luar negeri</li> <li>General shareholders' meetings</li> <li>Results briefing</li> <li>Overseas IR roadshows</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Penjelasan ringkas mengenai Laporan Keuangan</li> <li>Manajemen perusahaan yang sehat</li> <li>Summary explanations of financial results</li> <li>Healthy company management</li> </ul>
<b>Mitra Bisnis</b> Business partners	Perseroan berjanji untuk mencapai pertumbuhan yang saling menguntungkan dengan menjaga kesetaraan dan hubungan yang adil.  The Company pledge to achieve mutually sound growth by maintaining fair and equitable relationships.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sesi Pengarahan Kebijakan Mutu</li> <li>Presentasi launching produk baru</li> <li>Pameran dan acara</li> <li>Pelaksanaan Audit secara berkala</li> <li>Quality Policy Briefing Session</li> <li>New product presentation conference</li> <li>Exhibitions and events</li> <li>Implementation of periodic audits</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Manajemen rantai pasok</li> <li>Kualitas, keamanan dan lingkungan</li> <li>Supply chain management</li> <li>Quality, safety and the environment</li> </ul>
<b>Karyawan</b> Employees	Perseroan memiliki komitmen untuk mencapai kebahagiaan karyawan dan keluarga karyawan dengan memberi rasa percaya diri dan kebanggan.  The Company is committed to achieving the happiness of employees and their families by giving them self-confidence and pride.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Diskusi antara Manajemen dan Tenaga Kerja</li> <li>Survei karyawan</li> <li>Konseling karyawan</li> <li>Hari kunjungan keluarga di pabrik</li> <li>Intranet internal dan buletin perusahaan</li> <li>Labor-management discussions</li> <li>Employee survey</li> <li>Employee counseling hotline</li> <li>Family visit day at factories</li> <li>Internal intranet and company newsletter</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kompensasi dan kesehatan</li> <li>Kebanggaan dan kepuasan terhadap pekerjaan</li> <li>Pengenalan program yang menghormati keanekaragaman dan contohnya</li> <li>Compensation and health</li> <li>Pride and satisfaction toward work</li> <li>Introduction of programs that respect diversity and examples</li> </ul>
<b>Masyarakat</b> Society	Perseroan berjanji untuk berkontribusi pada pemenuhan ekonomi dan emosional seluruh populasi dan masyarakat melalui kegiatan Perseroan.  The Company pledge to contribute to the economic and emotional fulfillment of the entire population and society through Company activities.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kesepakatan dengan pemerintah daerah</li> <li>Kerjasama dengan pemerintah dan LSM/Organisasi Nirlaba</li> <li>Agreements with local governments</li> <li>Cooperation with government and NGOs/NPOs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bantuan sosial untuk daerah yang terdampak bencana</li> <li>Bantuan sosial untuk penanganan COVID-19</li> <li>Kunjungan ke panti asuhan dan kegiatan donor darah</li> <li>Donasi untuk pendidikan anak melalui yayasan.</li> <li>Social support for Disaster affected areas</li> <li>Social support for handling the COVID-19</li> <li>Orphanage visits and blood donations</li> <li>Donation for child education through foundation</li> </ul>

## KEANGGOTAAN PADA ASOSIASI

MEMBERSHIP OF 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 Keikusertaan Membership
1.	GAKESLAB (Gabungan Perusahaan Alat-alat Kesehatan dan Laboratorium Indonesia) (Association of Indonesian Medical and Laboratory Equipment Companies)	<p>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.</p> <p>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.</p>
2.	PEKERTI (Persatuan Perusahaan Perbekalan Kesehatan Rumah Tangga Indonesia) (Association of Indonesian Household Health Supply Companies)	<p>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.</p> <p>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.</p>
3.	AP3MI (Asosiasi Pengusaha Pemasok Pasar Modern Indonesia) / (Indonesian Modern Market Supply Entrepreneurs Association)	<p>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.</p>
4.	APKI (Asosiasi Pulp dan Kertas Indonesia) (Indonesian Pulp and Paper Association)	<p>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.</p>
5.	APINDO (Asosiasi Pengusaha Indonesia) (Indonesian Employers Association)	<ul style="list-style-type: none"><li>• Mengembangkan hubungan industrial yang harmonis dan produktif.</li><li>• Melindungi, membela dan memberdayakan seluruh pelaku usaha.</li><li>• Berperan aktif dalam meningkatkan investasi.</li><li>• Berperan aktif dalam proses penyusunan kebijakan Pemerintah.</li><li>• Develop harmonious and productive industrial relations.</li><li>• Protect, defend and empower all business actors.</li><li>• Take an active role in increasing investment.</li><li>• Take an active role in the process of formulating Government policies.</li></ul>
6.	ICSA (Indonesia Corporate Secretary Association) (Indonesia Corporate Secretary Association)	<p>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.</p>
7.	AEI (Asosiasi Emiten Indonesia) (Indonesia Public Listed Companies Association)	<p>Wadah organisasi bagi perusahaan terbuka. Organizational platform for Go Public companies.</p>

## PERUBAHAN PERUSAHAAN YANG BERSIFAT SIGNIFIKAN

SIGNIFICANT CHANGES OF THE COMPANY

Perseroan dan PT Unicharm Nonwoven Indonesia mendirikan Entitas Anak baru bernama PT Unicharm Trading Indonesia untuk memaksimalkan kegiatan operasional nya. Entitas anak ini adalah unit usaha baru yang bergerak dalam bidang perdagangan.

The Company and PT Unicharm Nonwoven Indonesia established a new Subsidiary named PT Unicharm Trading Indonesia to maximize its operational activities. This subsidiary is a new business unit engaged in trading.

## INFORMASI PERUSAHAAN

CORPORATE INFORMATION

### CORPORATE INFORMATION/COMPANY INFORMATION, MAJOR BUSINESS SITES, EXTERNAL EVALUATION RELATED ESG

Corporate Information/Company Information, Major business sites, external evaluation related ESG

#### Nama Perseroan

Company's Name

: PT Uni-Charm Indonesia Tbk

#### Bidang Usaha / Line of Business

: Perseroan bergerak dalam bidang industri pembalut kesehatan, termasuk memproduksi pembalut kesehatan, pembalut wanita untuk dipakai malam hari, pelapis celana dan popok bayi; dan memasarkan hasil produksi tersebut.

The Company is engaged in the sanitary napkin industry, including the manufacturing of sanitary napkin, night wing, panty liners and baby diapers; and selling these products.

#### Landasan Hukum Pendirian

Legal Basis of Establishment

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

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

#### Tanggal Pendirian / Establishment

: 5 Juni 1997 / June 05, 1997

#### Initial Public Offering

: 20 Desember 2019 / December 20, 2019

#### Kode Saham / Stock Symbol

: UCID

#### Modal Dasar / Authorized Capital

: Rp1.330.103.160.000, - dibagi atas 13.301.031.600 saham, masing-masing dengan nilai nominal Rp100,-

Rp1,330,103,160,000,- divided by 13,301,031,600 shares, each with nominal value of Rp100,-

#### Modal Ditempatkan dan Disetor

Issued and Fully Paid

: Rp415.657.230.000 dibagi atas 4.156.572.300 saham, masing-masing dengan nilai nominal Rp100

Rp415,657,230,000,- divided by 4,156,572,300 shares, each with nominal value of Rp100,-

#### 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 III / Factory III  
Ngoro Industrial Park, Block D2, Ds. Lolawang,  
Ngoro - Mojokerto, 61385

Pabrik II / Factory II  
Industrial Area KIIC, Jl. Permata Raya Lot D 2B,  
Teluk Jambe, Karawang 41361

Pabrik IV / Factory IV  
PT Unicharm Nonwoven Indonesia  
Ngoro Industrial Park, Block D2-1A, Ds.  
Lolawang, Ngoro - Mojokerto, 61385

## PESAN DARI DIREKTUR UTAMA

MESSAGE FROM THE PRESIDENT DIRECTOR



### Dengan Konsep Gaya Hidup Baru Ethical Living for SDGs, Menuju “Terwujudnya SDGs yang Menjadi Tujuan”

With the New Concept of Ethical Living for SDGs, Towards “The Realization of the SDGs as Goals”

### YUJI ISHII

PRESIDEN DIREKTUR  
PRESIDENT DIRECTOR

## PELAKSANAAN STRATEGI UNTUK MENCAPAI TARGET DI DALAM KONDISI LINGKUNGAN YANG SULIT DI TENGAH PANDEMI COVID-19

STRATEGY IMPLEMENTATION TO ACHIEVE TARGETS IN A DIFFICULT ENVIRONMENT IN THE MIDST OF THE COVID-19 PANDEMIC

Di 2021 pun, dampak dari penyebaran COVID-19 yang meluas, merupakan 1 tahun yang sulit bagi seluruh dunia termasuk Indonesia, dan juga bagi Perseroan. Kami ucapan rasa terima kasih kami kepada seluruh Stakeholders yang telah mendukung seluruh kegiatan kami.

Perusahaan kami berusaha untuk melanjutkan kegiatan bisnis sambil memberikan pertimbangan penuh untuk keselamatan dan kesehatan karyawan dan keluarga, dan seluruh bagian dari Perseroan terus bekerja untuk memenuhi tanggung jawab dalam memasok produk yang sangat diperlukan untuk hidup yang higienis. Dalam hal ini, Perseroan melakukan kegiatan seperti menjaga kesehatan setiap karyawan, patroli ke seluruh pabrik untuk melakukan pencegahan penyebaran Corona, dan di saat yang sama kami juga melaksanakan Vaksin Gotong Royong dan Vaksin yang disediakan oleh pemerintah, sehingga hampir 100% karyawan sudah divaksin ke 2 kali.

Pada tahun 2021, harga minyak mentah dunia dan harga bahan baku melonjak, serta biaya logistik meningkat. Dari tahun 2020 hingga semester pertama tahun 2021, rasio penjualan Perseroan di General Trade (GT) menurun karena pengurangan jam operasional disebabkan PPKM. Namun, sebagai hasil dari langkah-langkah yang disebutkan di atas untuk mencegah penularan COVID-19 dan lain-lain, pertumbuhan yang stabil telah dicapai di semua kategori, melalui peningkatan penjualan di channel minimarket yang berkembang pesat, peningkatan produktivitas di bagian produksi, peluncuran baru produk, dan kelanjutan inovasi produk untuk kategori baru.

Even in 2021, the effects of the widespread spread of the COVID-19, had been a difficult year for the whole world including Indonesia, and also for the Company. We express our appreciation to all Stakeholders that have supported our activities.

Our Company strives to continue our business activity while giving full consideration to our employees and their families' safety and health, and all parts of the Company continue to work to fulfill their responsibilities in supplying products that are indispensable for a hygienic life. In this case, the Company carried out activities such as maintaining the health of every employee, patrolling the entire factory to prevent the spread of the Corona virus, and at the same time we also give out Gotong Royong Vaccines and Vaccines provided by the government, so that almost 100% of employees have been vaccinated for the second time.

In 2021, the world crude oil prices and raw material prices soared, and logistics costs increased. From 2020 to the first semester of 2021, the Company's sales ratio in General Trade (GT) decreased because of the decrease in operational hours that was caused by the PPKM. However, as a result from steps that was listed above to prevent COVID-19 infections and others, a stable growth can be achieved in all categories through an increase in sales in the rapidly growing minimarket channel, increase in productivity in the production section, launch of new products, and the continuous product innovation for new categories.

## **MENCAPAI TUJUAN SDGS DENGAN MENGUSULKAN “ETHICAL LIVING FOR SDGS” YANG MERUPAKAN SLOGAN PERSEROAN**

ACHIEVING SDGS GOALS BY SUGGESTING “ETHICAL LIVING FOR SDGS” WHICH IS THE CORPORATE SLOGAN

Pada tahun 2021, Perseroan mengumumkan "Ethical Living for SDGs", sebuah konsep gaya hidup baru, dan memulai aktivitas nyata untuk memberikan kenyamanan bagi banyak konsumen maupun di dalam perseroan.

Ethical Living for SDGs memiliki tujuan untuk menjadikan Perseroan sebagai perusahaan yang modern dan beretika untuk mewujudkan lingkungan dimana setiap orang mendapatkan lingkungan dengan kemudahan yang mudah, dan kami menyebarkannya untuk seluruh pelaku kehidupan di Indonesia.

Di tahun 2021 kami melakukan kegiatan sebagai berikut:

### **Kegiatan untuk mewujudkan lingkungan yang makmur dan berkelanjutan**

1. Dengan bertujuan untuk berkontribusi pada konservasi aliran sungai Citarum Provinsi Jawa Barat, Perseroan mendonasikan 1.500 pohon bambu melalui Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Karawang.
2. Untuk mengurangi dampak terhadap lingkungan dari penggunaan kantong plastik yang juga merupakan permasalahan dunia, dalam rangka menyambut Hari Lingkungan Hidup Sedunia, Perseroan meluncurkan produk edisi terbatas, yang menggunakan kemasan kertas yang berasal dari bahan 100% daur ulang "Pulp". Dengan meluncurkan produk dengan kemasan kertas pada pembalut wanita "Charm" dan "Mask Protect Pollution", diharapkan dapat berkontribusi untuk mengurangi sampah plastik yang juga sedang diupayakan pemerintah Indonesia saat ini.
3. Di tumpukan sampah yang menggunung di Indonesia, selain sampah organik tercampur juga sampah popok sekali pakai, dan dengan mereferensi dari pengolahan sampah organik yang menggunakan larva Black Soldier (Maggot), Perseroan telah membuktikan bahwa dengan menambahkan Selulase (enzim) larva agar memakan popok sekali pakai pada bagian Pulp, dapat mengurangi jumlah sampah.
4. Sebagai upaya keberlanjutan, setiap pabrik juga melakukan kegiatan konservasi energi dan pengurangan limbah untuk menciptakan lingkungan yang lebih berkelanjutan.

In 2021, the Company announced "Ethical Living for SDGs", a new lifestyle concept, and started concrete actions to give comfort for many consumers even within the Company.

The goal of Ethical Living for SDGs was to make the Company into a modern and ethical Company that create an environment where everyone gets an environment with easy convenience, and we spread it to all actors of life in Indonesia.

In 2021, we conducted these activities:

### **Activities to create a prosperous and sustainable environment**

1. With the aim of contributing to the conservation of the Citarum River in West Java Province, the Company donated 1,500 bamboo trees through the Karawang Regency Environmental Service.
2. To reduce the impact on the environment from the use of plastic bags which is also a global problem, in commemoration of World Environment Day, the Company launched a limited-edition product, which uses paper packaging made from 100% recycled "Pulp" material. By launching a product with paper packaging on sanitary napkins "Charm" and "Mask Protect Pollution", it is hoped that it can contribute to reducing plastic waste which is also currently being pursued by the Indonesian government.
3. In the garbage pile in Indonesia, in addition to mixed organic waste, disposable diapers are also mixed, and by referring to organic waste processing using Black Soldier (Maggot) larvae, the Company has proven that by adding Cellulase (enzyme) larvae to eat disposable diapers on the Pulp, can reduce the amount of waste.
4. As a sustainable effort, each factory also carries out energy conservation and waste reduction activities to create a more sustainable environment.

#### **Memberikan Pemahaman yang benar kepada konsumen**

1. Perseroan menggelar webinar yang bekerja sama dengan Persatuan Perawat Nasional Indonesia, untuk mempromosikan "perawatan ekskresi" yang higienis dan ekonomis untuk masyarakat berpenghasilan rendah melalui rekomendasi dan memperkuat penetrasi dari Konsep Lifree Care "2pcs Care".
2. Perseroan bekerja sama dengan Yayasan Kanker Payudara Indonesia (YKPI), mendukung "Kegiatan Pink Ribbon" dalam sosialisasi pentingnya deteksi kanker payudara sejak dini melalui SADARI, pengecekan di PUSKESMAS dan SADANIS yang juga merupakan kegiatan yang dianjurkan pemerintah Indonesia. Sebagian hasil penjualan didonasikan kepada YKPI (Yayasan Kanker Payudara Indonesia) dan digunakan untuk mendukung program-program YKPI khususnya sosialisasi skrining dan deteksi dini kanker payudara sekaligus mengkampanyekan SADARI.

#### **Kegiatan perusahaan yang berkontribusi untuk masyarakat**

1. Bencana alam seperti tanah longsor, banjir, gempa bumi dan lain-lain banyak terjadi di wilayah Indonesia. Untuk daerah yang terkena bencana seperti longsor di Sumedang-Jawa Barat, gempa bumi di Sulawesi Barat, banjir di Kalimantan Selatan, Subang, Karawang dan DKI Jakarta, serta bencana letusan Gunung Semeru di Lumajang-Jawa Timur, Perseroan memberikan donasi berupa produk, sebagai bentuk dukungan. Sebagai kegiatan tahunan untuk memperingati berdirinya perusahaan, Perseroan melakukan kunjungan ke panti asuhan dan memberikan donasi produk untuk mewujudkan kontribusi Perseroan pada masyarakat sosial melalui kegiatan bisnis.
2. Dengan meningkatnya penyebaran COVID 19, banyak rumah sakit yang tidak dapat menerima pasien yang terinfeksi, akibatnya jumlah pasien yang harus melakukan isolasi mandiri meningkat. Perseroan yang memiliki dua pabrik di Kabupaten Karawang, sebagai bentuk tanggung jawab terhadap daerah sekitar, Perseroan memberikan sumbangan berupa produk dan bahan makanan kepada pihak yang membutuhkan melalui Gugus Tugas Penanganan Covid 19 Kabupaten Karawang.

#### **Providing the right understanding to consumers**

1. The Company held a webinar in collaboration with the Indonesian National Nurses Association, to promote hygienic and economical "excretory treatment" for low-income people through recommendations and strengthen penetration of the Lifree Care Concept "2pcs Care".
2. The Company cooperates with the Indonesian Breast Cancer Foundation (YKPI), supporting the "Pink Ribbon Activity" in socializing the importance of early detection of breast cancer through BSE, checking at PUSKESMAS and SADANIS which are also activities recommended by the Indonesian government. Some of the sales were donated to YKPI (Indonesian Breast Cancer Foundation) and used to support YKPI programs, especially the dissemination of screening and early detection of breast cancer as well as the BSE campaign.

#### **Corporate activities that contributes to society**

1. Natural disasters such as landslides, floods, earthquakes and others occur in many parts of Indonesia. For areas affected by disasters such as landslides in Sumedang-West Java, earthquakes in West Sulawesi, floods in South Kalimantan, Subang, Karawang and DKI Jakarta, as well as the eruption of Mount Semeru in Lumajang-East Java, the Company provides donations in the form of products, as a form of Support. As an annual activity to commemorate the founding of the company, the Company visits orphanages and makes product donations to realize the Company's contribution to society through business activities.
2. With the increasing spread of COVID 19, many hospitals are unable to accept infected patients, as a result the number of patients who have to self-isolate has increased. The Company which has two factories in Karawang Regency, as a form of responsibility to the surrounding area, the Company provides donations in the form of food products and ingredients to parties in need through the Covid 19 Handling Task Force in Karawang Regency.

## **MEWUJUDKAN MASYARAKAT YANG HIDUP BERSAMA DENGAN PARTNER ANIMAL (HEWAN PELIHARAAN)**

REALIZING A SOCIETY THAT COEXIST WITH PARTNER ANIMAL (PET)

Di Indonesia, bencana Covid-19 telah memaksa masyarakat untuk menahan diri dan membatasi diri, dan semakin banyak orang menghabiskan waktu di dalam rumah. Di tengah kondisi meningkatnya jumlah kucing dan anjing peliharaan pun meningkat, sebagai kategori bisnis ke 5, pada tahun 2021 Perseroan memasuki pasar hewan peliharaan. Bertujuan agar pemilik bersama-sama dengan hewan peliharaan bahagia setiap hari dengan tetap sehat dan bersih, Perseroan meluncurkan produk Deo-Toilet untuk kucing dan Deo-Sheet untuk anjing dimana produk ini mempertimbangkan lingkungan dalam kehidupan.

Dengan terus berkontribusi pada 17 tujuan yang ditetapkan dalam SDGs serta kegiatan yang disesuaikan dengan tiap elemen dalam Ethical Living for SDGs yang merupakan Corporate Slogan, Perseroan akan terus berupaya mempersembahkan produk dan jasa yang turut serta menjaga lingkungan dan juga dapat menyelesaikan permasalahan social, sehingga Perseroan dapat berkontribusi untuk pencapaian SDGs.

In Indonesia, the Covid-19 disaster has forced people to exercise restraint and self-limitation, and more and more people are spending time indoors. In the midst of the increasing number of domestic cats and dogs, as the 5th business category, in 2021 the Company entered the pet market. Aiming for owners together with pets to be happy every day by staying healthy and clean, the Company launched Deo-Toilet products for cats and Deo-Sheet for dogs where these products consider the environment in life.

By continuing to contribute to the 17 goals set out in the SDGs and activities tailored to each element in the Ethical Living for SDGs which is the Corporate Slogan, the Company will continue to strive to provide products and services that contribute in protecting the environment and can also solve social problems, so that the Company can contribute to the achievement of the SDGs.

Jakarta, April 2022

**Atas Nama Direksi**  
On Behalf of the Board of Director



**Yuji Ishii**

Presiden Direktur  
President Director

## LINTASAN PERTUMBUHAN PERSEROAN

THE COMPANY'S GROWTH TRAJECTORY

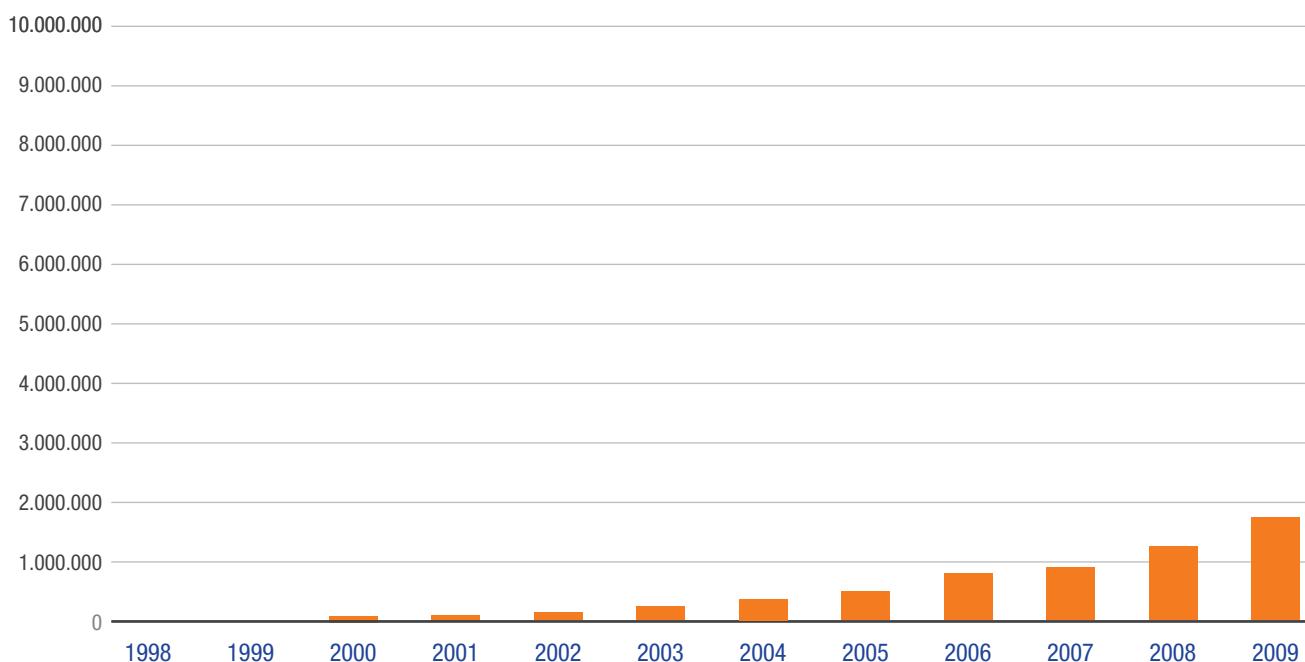
Perseroan memulai operasi pada 1997. Mulai aktif secara komersial pada Februari 1998 dengan meluncurkan produk pembalut wanita dengan merek "Charm". Pada tahun 2000 Perseroan meluncurkan produk "MamyPoko" untuk segmen produk popok bayi. Pada tahun 2003 MamyPoko memuncaki peringkat 1 dalam segmennya se-Indonesia. Lalu, pada tahun 2008 "Charm" memuncaki peringkat 1 untuknya se-Indonesia. Di tahun yang sama Perseroan juga meluncurkan produk kesehatan "Lifree" untuk segmen popok dewasa. Kemudian, pada tahun 2009 Perseroan meluncurkan produk non-diapers "MamyPoko Wipes" yang Perseroan beli dari Unicharm Kokko Nonwoven Co., Ltd, anggota Grup Unicharm. Pada Desember 2017 Entitas Anak Unicharm Kokko Nonwoven Co., Ltd yaitu PT Unicharm Nonwoven Indonesia diakuisisi oleh Perseroan.

The Company began operation in 1997. Became commercially active in February 1998 by launching a sanitary napkin product under the brand "Charm". In 2000 the Company launched the "MamyPoko" product for the baby diaper product segment. In 2003 MamyPoko was ranked 1st in its segment in Indonesia. Then, in 2008 "Charm" topped the 1st rank in its segment in Indonesia. In the same year, the Company also launched health product "Lifree" for the adult diaper segment. Then, in 2009 the Company launched the non-diapers product "MamyPoko Wipes" which the Company purchased from Unicharm Kokko Nonwoven Co., Ltd, a member of the Unicharm Group. In December 2017, the Subsidiary of Unicharm Kokko Nonwoven Co., Ltd, namely PT Unicharm Nonwoven Indonesia, was acquired by the Company.

### TABEL PENJUALAN 1998-2021

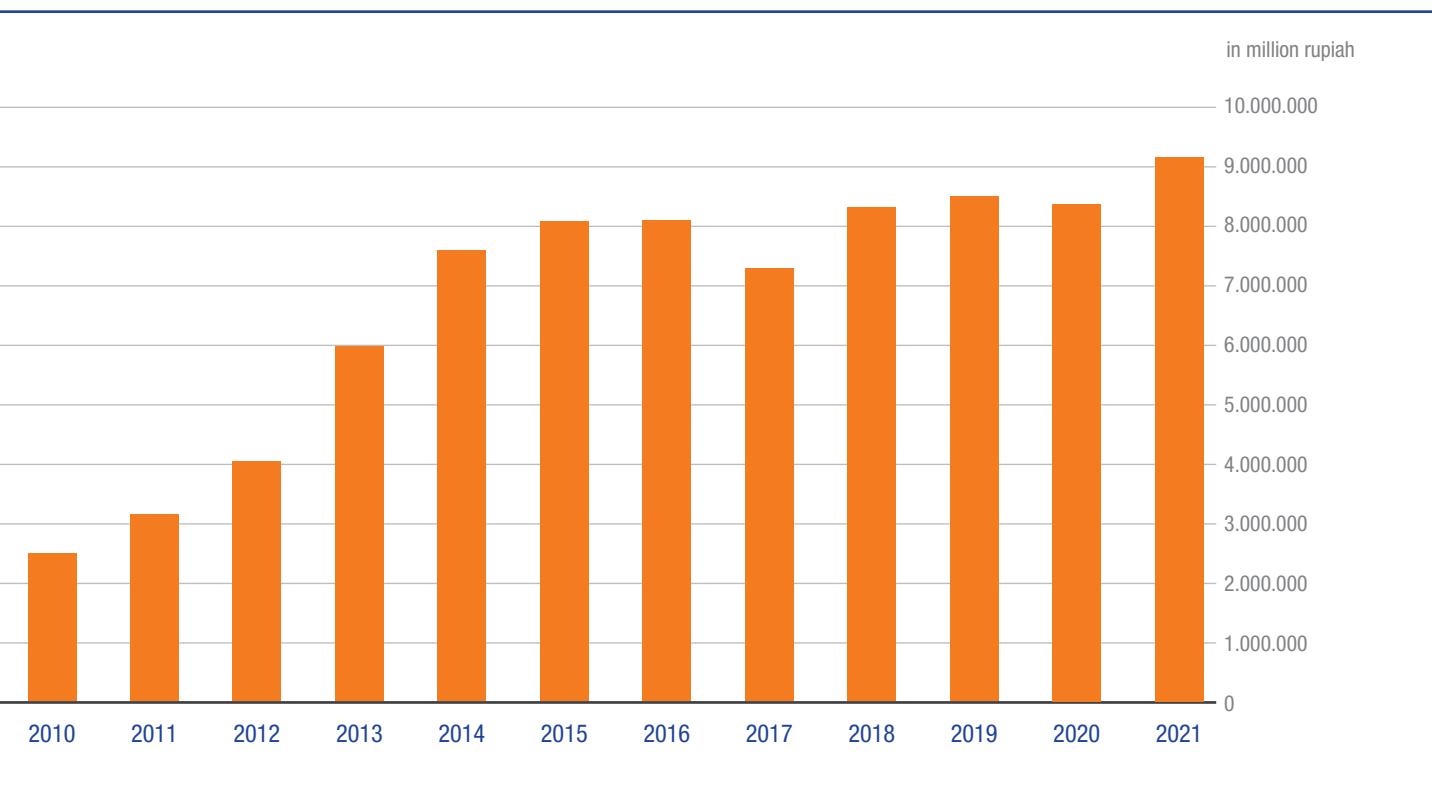
SALES TABLE 1998-2021

dalam jutaan rupiah



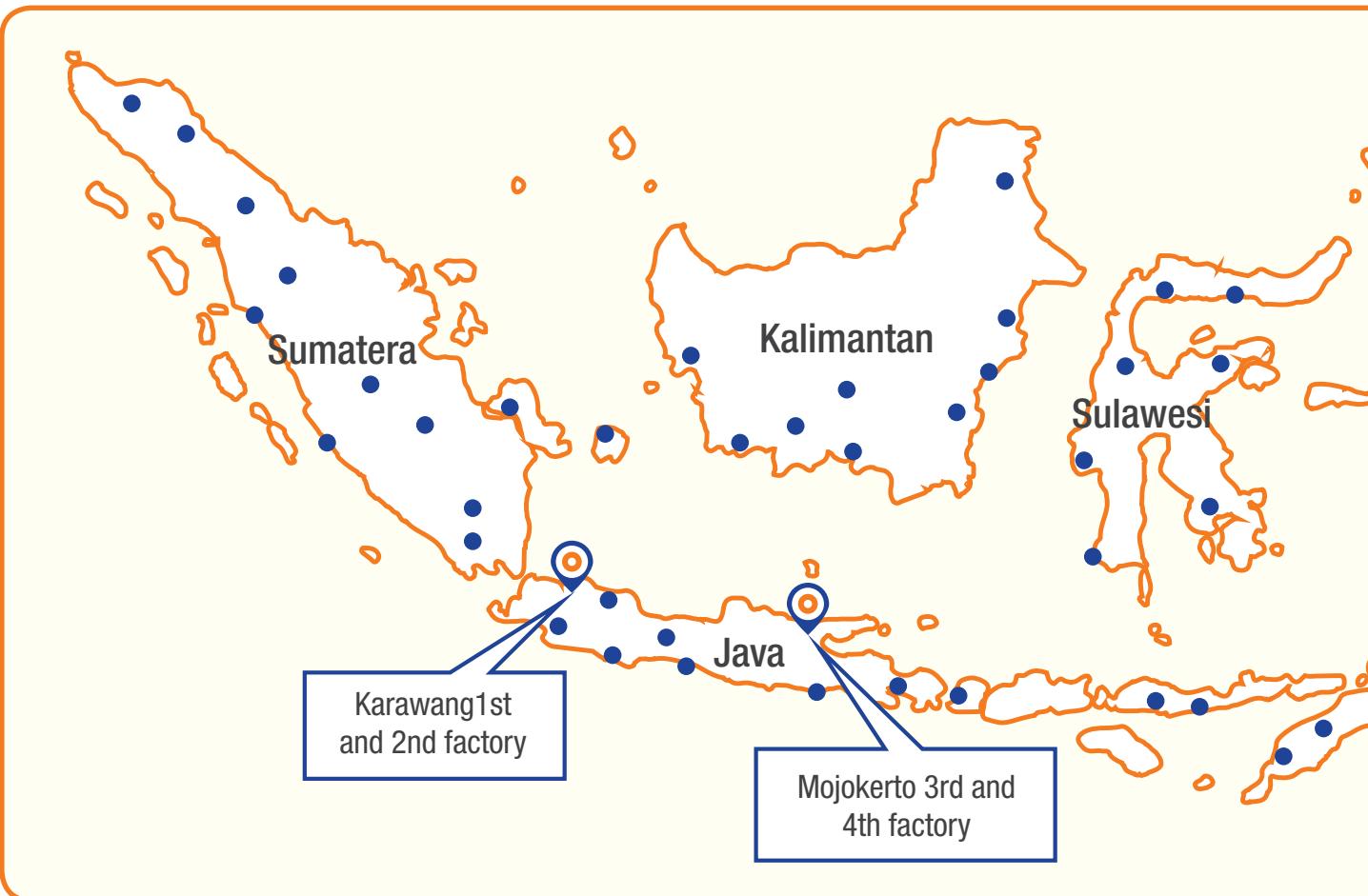
Pada tahun 2012 Perseroan meraih penghargaan ICSA (Indonesian Customer Satisfaction Award) untuk merek "Charm". Dan pada tahun 2013 "Lifree" berhasil meraih peringkat pertama untuk segmen popok dewasa. Selain pencapaian di atas, Perseroan juga menunjukkan komitmen pelayanan kepada masyarakat dan komitmen pengelolaan mutu produk dengan memiliki sertifikat halal dan sertifikasi ISO 9001:2015, ISO 1400:2015 and ISO 13485:2016 tentang Produksi dan Penyediaan Pembalut Wanita dan Popok (Bayi dan Dewasa). Bisnis Pet Care diluncurkan pada tahun 2020 dan mempertahankan pertumbuhan Perseroan hingga hari ini. Perseroan akan selalu berupaya mengembangkan mutu produk dengan memperkenalkan produk-produk unggulan baru sejalan dengan perubahan selera masyarakat Indonesia. Budaya inovatif karyawan adalah kunci kesuksesan Perseroan.

In 2012 the Company was awarded the ICSA (Indonesian Customer Satisfaction Award) for "Charm". And in 2013 "Lifree" won first place in the adult diaper segment. In addition to the above achievements, the Company also demonstrates a commitment to service to the community and a commitment to product quality management by having a halal certificate and ISO 9001:2015, ISO 1400:2015 and ISO 13485:2016 production and supply of sanitary napkins and diapers (babies and adults). The Pet care business launched in 2020 and sustained the Company's growth to this day. The Company will always strive to develop product quality by introducing new superior products in line with the changing tastes of the Indonesian people. The innovative culture of employees is the key to the Company's success.



## EKSPANSI BISNIS PERSEROAN

THE COMPANY'S BUSINESS EXPANSION



### PANGSA PASAR KATEGORI UTAMA PADA TAHUN 2021

MAIN CATEGORY MARKET SHARE IN 2021

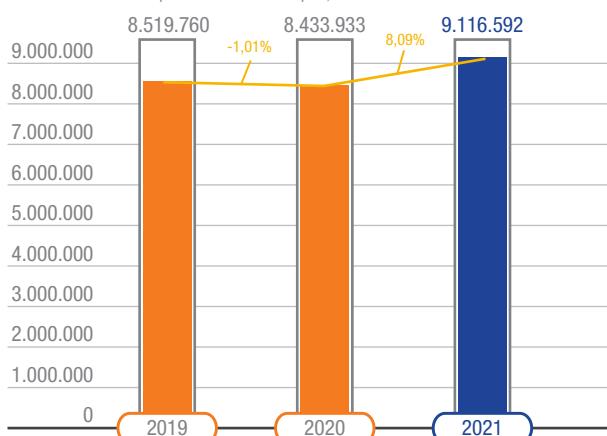




#### PENDAPATAN BERSIH

Net Revenue

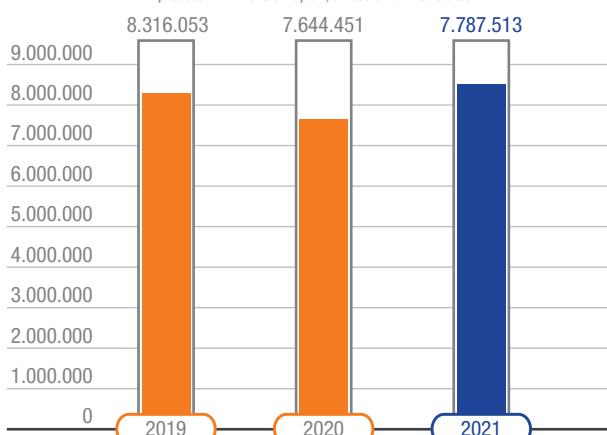
Dinyatakan dalam jutaan rupiah, kecuali dinyatakan lain  
Expressed in millions of rupiah, unless otherwise stated



#### TOTAL ASET

Total Assets

Dinyatakan dalam jutaan rupiah, kecuali dinyatakan lain  
Expressed in millions of rupiah, unless otherwise stated



## IKHTISAR KEUANGAN

FINANCIAL HIGHLIGHTS

### KINERJA EKONOMI

ECONOMIC PERFORMANCE

#### PENDAPATAN / REVENUE

Rp9,116  
TRILIUN (TRILLION)



#### LABA BERSIH / NET PROFIT

RP475  
MILIAR (BILLION)



Dinyatakan dalam jutaan rupiah, kecuali dinyatakan lain

Expressed in millions of rupiah, unless otherwise stated

Laporan Laba Rugi dan Penghasilan Komprehensif Lain Konsolidasian	2021	2020	2019	Consolidated Statements of Profit or Loss and Other Comprehensive Income
<b>Pendapatan bersih</b>	9.116.592	8.433.933	8.519.760	<b>Net revenue</b>
<b>Beban pokok pendapatan</b>	(7.259.754)	(6.707.984)	(6.372.253)	<b>Cost of revenue</b>
<b>Laba bruto</b>	1.856.838	1.725.949	2.147.507	<b>Gross profit</b>
Beban penjualan	(970.624)	(956.720)	(1.304.190)	Selling expenses
Beban umum dan administrasi	(284.485)	(201.913)	(254.875)	General and administrative expenses
(Beban)/pendapatan lain-lain, bersih	11.760	(99.261)	(39.068)	(Expenses)/income others, net
<b>Laba sebelum pajak penghasilan</b>	613.489	468.055	549.374	<b>Profit before income tax</b>
<b>Laba tahun berjalan</b>	475.087	311.682	398.704	<b>Profit for the year</b>
<b>Jumlah penghasilan komprehensif tahun berjalan</b>	474.201	318.346	389.573	<b>Total comprehensive income for the year</b>
Laba tahun berjalan yang diatribusikan kepada pemilik entitas induk	474.760	311.448	398.620	Profit for the year attributable to owners of the parent
Laba tahun berjalan yang diatribusikan kepada kepentingan nonpengendali	327	234	84	Profit for the year attributable to non-controlling interest
<b>Laba tahun berjalan</b>	475.087	311.682	398.704	<b>Profit for the year</b>
Jumlah penghasilan komprehensif yang diatribusikan kepada pemilik entitas induk	473.876	318.111	389.491	Total comprehensive income attributable to owners of the parent
Jumlah penghasilan komprehensif yang diatribusikan kepada kepentingan nonpengendali	325	235	82	Total comprehensive income attributable to non-controlling interest
<b>Laba per saham - dasar dan diluted (jumlah penuh)</b>	115	75	96	<b>Earnings per share - basic and diluted (full amount)</b>

Dinyatakan dalam jutaan rupiah, kecuali dinyatakan lain

Expressed in millions of rupiah, unless otherwise stated

Laporan Posisi Keuangan Konsolidasian	2021	2020	2019	Consolidated Statements of Financial Position
<b>Jumlah aset</b>	7.787.513	7.644.451	8.316.053	<b>Total assets</b>
Aset lancar	4.815.990	4.560.148	5.561.641	Current assets
Aset tidak lancar	2.971.523	3.084.303	2.754.412	Non-current assets
<b>Jumlah liabilitas</b>	2.881.008	3.149.811	3.974.444	<b>Total liabilities</b>
Liabilitas jangka pendek	2.390.066	2.590.637	2.314.879	Current liabilities
Liabilitas jangka panjang	490.942	559.174	1.659.565	Non-current liabilities
<b>Jumlah ekuitas</b>	4.906.505	4.494.640	4.341.609	<b>Total equity</b>

Dinyatakan dalam jutaan rupiah, kecuali dinyatakan lain

Expressed in millions of rupiah, unless otherwise stated

Laporan Arus Kas Konsolidasian	2021	2020	2019	Consolidated Statements of Cash Flows
Arus kas bersih yang diperoleh dari aktivitas operasi	795.423	1.340.637	111.262	Net cash flows provided from operating activities
Arus kas bersih yang (digunakan untuk)/ diperoleh dari aktivitas investasi	(233.834)	(295.799)	2.176	Net cash flows (used in)/ provided from investing activities
Arus kas bersih yang (digunakan untuk)/ diperoleh dari aktivitas pendanaan	(491.033)	(1.604.305)	733.820	Net cash flows (used in)/ provided from financing activities
Kenaikan/(penurunan) bersih kas dan setara kas	70.556	(559.467)	847.258	Net increase/(decrease) in cash and cash equivalents
Kas dan setara kas pada awal tahun	1.428.189	1.986.649	1.140.083	Cash and cash equivalents at beginning of the year
Dampak selisih kurs terhadap kas dan setara kas	507	1.007	(692)	Foreign exchange difference on cash and cash equivalents
<b>Kas dan setara kas pada akhir tahun</b>	<b>1.499.252</b>	<b>1.428.189</b>	<b>1.986.649</b>	<b>Cash and cash equivalents at end of the year</b>

Rasio Keuangan	2021	2020	2019	Financial Ratio
Rasio lancar	201,50%	176,02%	240,26%	Current ratio
Rasio hutang terhadap modal	58,72%	70,08%	91,54%	Debt to equity ratio
Rasio hutang terhadap aset	37,00%	41,20%	47,79%	Debt to asset ratio
Rasio laba (rugi) terhadap jumlah aset	6,10%	4,08%	4,79%	Return on assets
Rasio laba (rugi) terhadap ekuitas	9,68%	6,93%	9,18%	Return on equity
Rasio laba (rugi) terhadap pendapatan	5,21%	3,70%	4,68%	Return on revenue

### Kuantitas Produksi

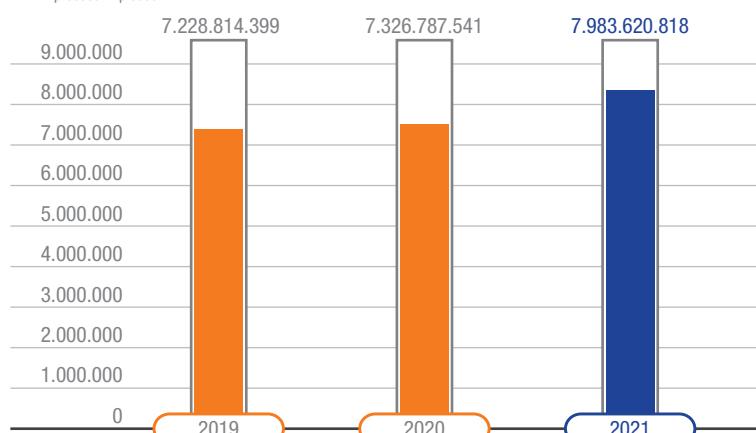
Quantity of Product

**Naik / Increase**

**8,96%**



Dinyatakan dalam buah  
Expressed in pieces



### Aspek Ekonomi

- Pembayaran Dividen Tunai Tahun 2021 sebesar Rp80 Miliar (20% dari laba bersih).
- Pembelian kembali saham sebesar Rp20 Miliar.

\*Pembagian dividen dilaksanakan seperti yang telah direncanakan pada saat Penawaran Umum Perdana.

### Economic Aspect

- Cash Dividend Payment in 2021 of Dividend amounting to Rp80 Billion (20% of net profit).
- Buyback shares amounting to Rp20 Billion (10% of net profit).

\*Dividend distribution is carried out as planned at the time of the Initial Public Offering.

## NON-FINANCIAL HIGHLIGHTS

### NON-FINANCIAL HIGHLIGHTS

#### KINERJA SOSIAL

##### SOCIAL PERFORMANCE

##### Komposisi Menurut Jenjang Manajemen

Composition Based on Management Position

Jabatan Position	2021		2020	
	Jumlah Total	Percentase Percentage	Jumlah Total	Percentase Percentage
Manajerial / Managerial	102	4,16%	101	4,20%
Non-Manajerial / Non-Managerial	755	30,79%	763	31,77%
Pekerja / Worker	1595	65,05%	1.538	64,03%
<b>Jumlah / Total</b>	<b>2.452</b>	<b>100%</b>	<b>2.402</b>	<b>100%</b>

##### Komposisi Menurut Aktivitas Utama

Composition Based on Main Activities

Aktivitas Utama Main Activities	2021		2020	
	Jumlah Total	Percentase Percentage	Jumlah Total	Percentase Percentage
Pemasaran / Marketing	52	2,12%	36	1,50%
Kantor / Office	137	5,59%	135	5,62%
Produksi / Production	2.034	82,95%	2.009	83,64%
Penjualan / Sales	229	9,34%	222	9,24%
<b>Jumlah / Total</b>	<b>2.452</b>	<b>100%</b>	<b>2.402</b>	<b>100%</b>

##### Komposisi Menurut Jenjang Pendidikan

Composition Based on Academic Level

Jenjang Pendidikan Academic Level	2021		2020	
	Jumlah Total	Percentase Percentage	Jumlah Total	Percentase Percentage
Sarjana / Bachelor (S1/S2/S3)	345	14,07%	336	13,98%
Sarjana Muda / Diploma (D1 & D3)	151	6,16%	108	4,50%
SMU sederajat / High school equals	1.956	79,77%	1.958	81,52%
<b>Jumlah / Total</b>	<b>2.452</b>	<b>100%</b>	<b>2.402</b>	<b>100%</b>

##### Komposisi Menurut Jenjang Usia

Composition Based on Age

Usia Age	2021		2020	
	Jumlah Total	Percentase Percentage	Jumlah Total	Percentase Percentage
≤ 30 tahun / years old	1.215	49,55%	1.335	55,58%
31 – 40 tahun / years old	920	37,52%	781	32,51%
41 – 50 tahun / years old	255	10,40%	233	9,70%
≥ 51 tahun / years old	62	2,53%	53	2,21%
<b>Total</b>	<b>2.452</b>	<b>100%</b>	<b>2.402</b>	<b>100%</b>

### Komposisi Menurut Status Kepegawaian

Composition Based on Employment Statute

Status Kepegawaian Employment Status	2021		2020	
	Jumlah Total	Percentase Percentage	Jumlah Total	Percentase Percentage
Karyawan Tetap / Permanent Employee	1.874	76,43%	1.847	76,89%
Karyawan Kontrak / Contract employees	578	23,57%	555	23,11%
<b>Total</b>	<b>2.452</b>	<b>100%</b>	<b>2.402</b>	<b>100%</b>

### Komposisi Menurut Jenis Kelamin

Composition Based on Gender

Jenis Kelamin Gender	2021		2020	
	Jumlah Total	Percentase Percentage	Jumlah Total	Percentase Percentage
Laki-laki / Men	1.033	42,1%	1.030	42,9%
Perempuan / Women	1.419	57,9%	1.372	57,1%
<b>Total</b>	<b>2.452</b>	<b>100%</b>	<b>2.402</b>	<b>100%</b>

### Komposisi Menurut Lokasi

Composition Based on Location

Lokasi Location	2021		2020	
	Jumlah Total	Percentase Percentage	Jumlah Total	Percentase Percentage
Jakarta	316	12,89%	395	16,45%
Karawang	1.411	57,54%	1.313	54,66%
Mojokerto	725	29,57%	694	28,89%
<b>Total</b>	<b>2.452</b>	<b>100%</b>	<b>2.402</b>	<b>100%</b>

## KINERJA LINGKUNGAN

ENVIRONMENTAL PERFORMANCE

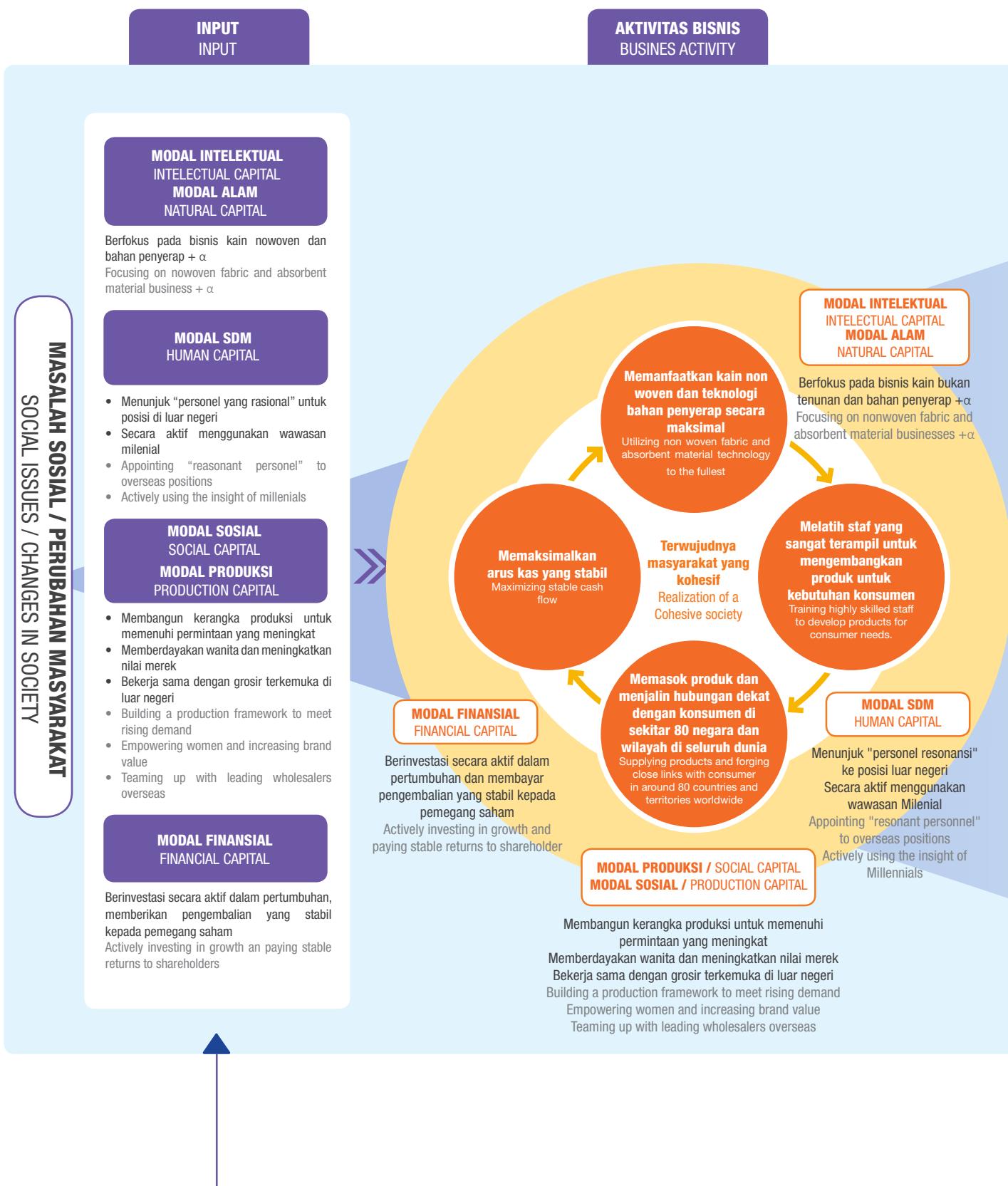
Keterangan	2021	2020	2019	Information
Penggunaan Emisi CO <sub>2</sub> (tCO <sub>2</sub> e)	118.652,50	112.286,37	110.460,04	CO <sub>2</sub> Emissions Usage (tCO <sub>2</sub> e)
Penggunaan Listrik (kWh)	146.665.640	138.796.497	136.538.988	Electricity Usage (kWh)
Penggunaan Listrik (Rp)	185.581.232.272	174.112.875.437	171.924.600.756	Electricity Usage (Rp)
Penggunaan Air (m <sup>3</sup> )	377.002	419.813	453.819	Water Usage (m <sup>3</sup> )
Penggunaan Air (Rp)	4.339.349.576	4.875.165.912	4.929.085.295	Water Usage (Rp)
<b>Limbah</b>				<b>Waste</b>
Peperlet	4.617.614	4.166.992	3.284.259	Peperlet
Ekonomis	4.462.885	4.158.148	4.909.689	Ekonomic
Non Ekonomis	3.723.419	3.658.465	4.982.920	Non Economic
B3 (kg)	56.852	75.105	48.994	B3 (kg)
B3 (liter)	1.365	2.812	3.492	B3 (liter)

## MODEL PENCIPTAAN NILAI/MODEL BISNIS

VALUE CREATION MODEL/BUSINESS MODEL

### PROSES PENCIPTAAN NILAI UNICHARM

UNICHARM VALUE CREATION PROCESS



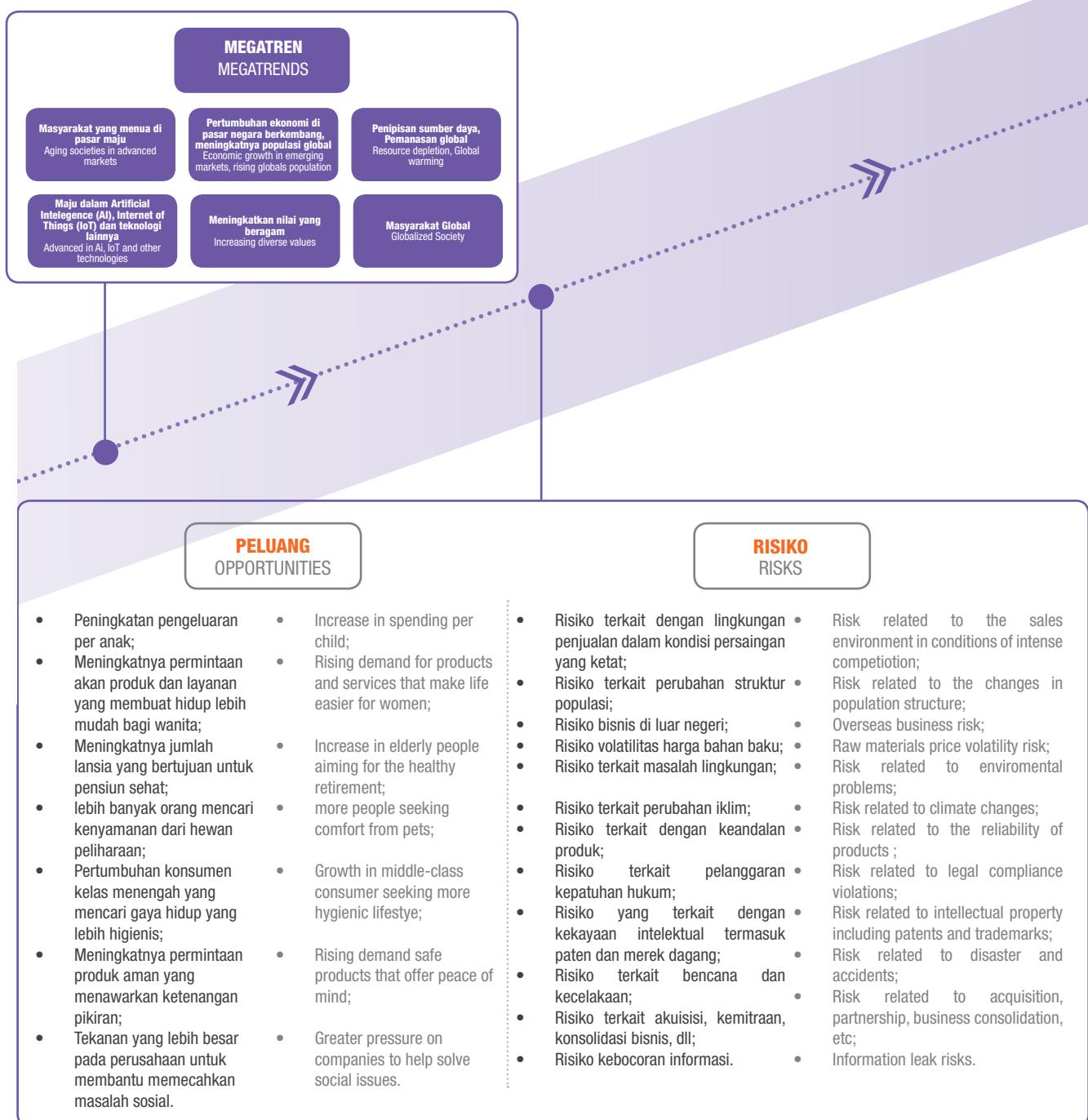


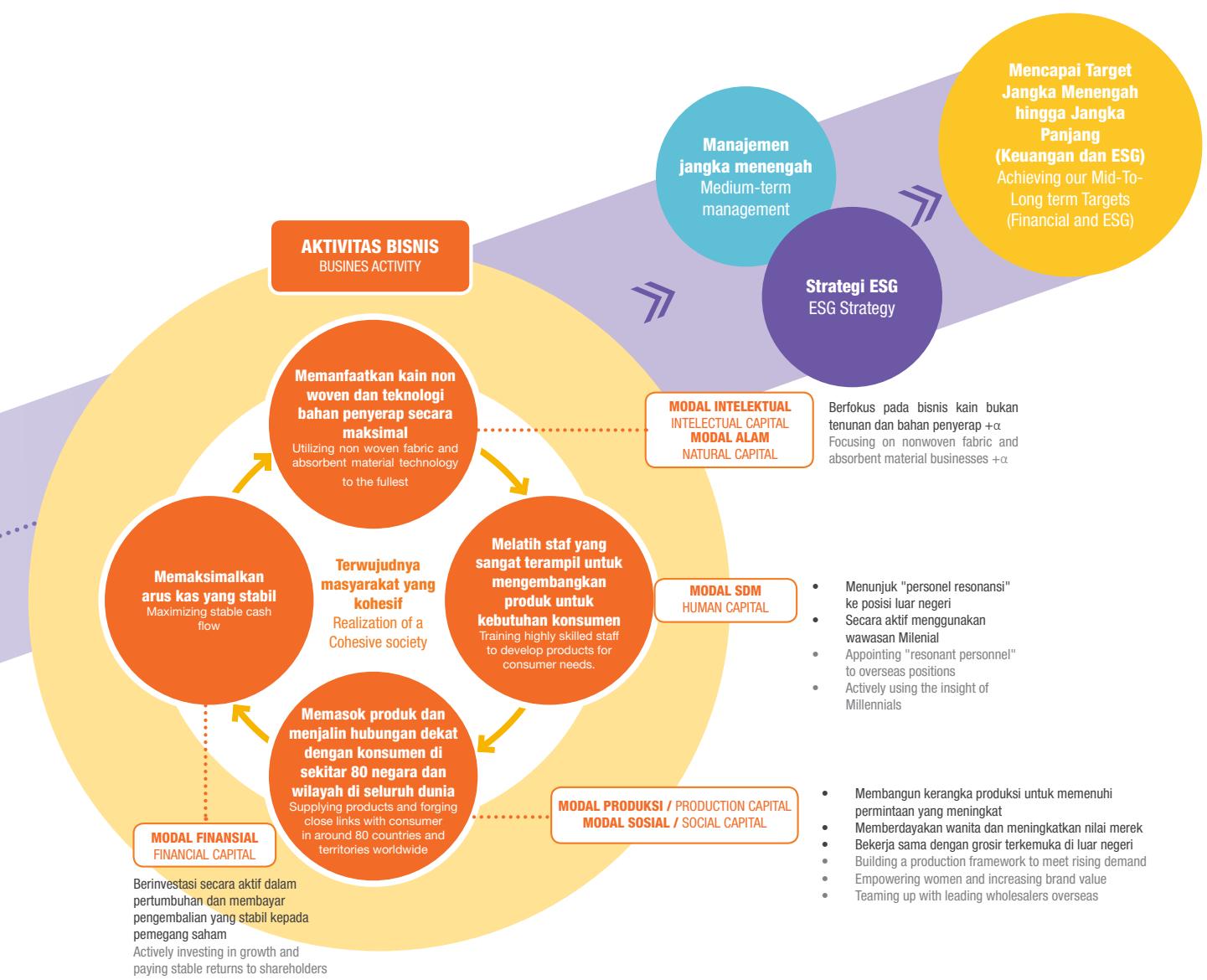
## CONTOH PENCIPTAAN NILAI MENGGUNAKAN KEKUATAN UNICHARM

EXAMPLES OF VALUE CREATION USING UNICHARM STRENGTHS

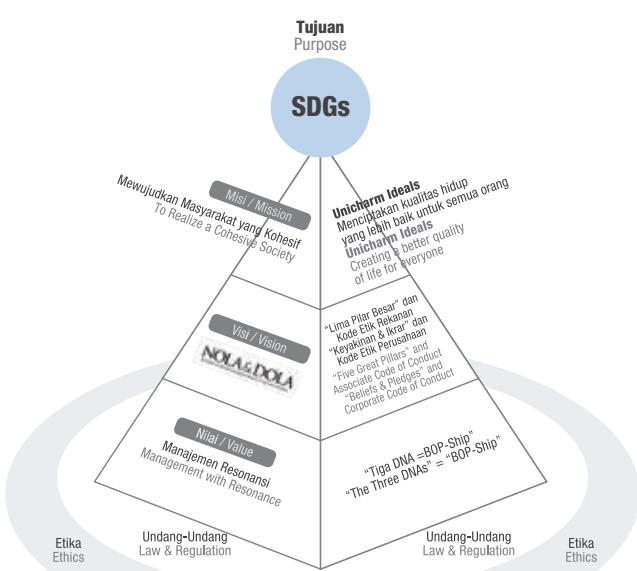
Unicharm akan fokus pada kain nonwoven dan teknologi pemrosesan bahan penyerap, sebagai pengembangan “personil yang beresonansi” yang secara proaktif mengidentifikasi masalah dan merumuskan serta menjalankan strategi di tengah lingkungan yang terus berubah yang telah menjadi normal yang baru. Dengan demikian, Unicharm akan mengamankan tingkat daya saing dan profitabilitas yang tinggi dengan menginvestasikan sumber daya manajemen di pasar dan bisnis yang sedang berkembang. Dengan menginvestasikan kembali uang tunai yang dihasilkan melalui aktivitas ini di pasar dan bisnis yang baru tumbuh. Perseroan akan menciptakan siklus yang baik dan memungkinkan pertumbuhan yang berkelanjutan dan keuntungan yang tinggi.

Unicharm will focus on its nonwoven fabric and absorbent material processing technology, as the development of “resonant personnel” who proactively identify issues and formulate and execute strategies amidst the ever-changing environment that has become the new normal. In doing so, Unicharm will secure a high degree of competitiveness and profitability by investing management resources in growth markets and businesses. By reinvesting the cash generated through these activities in new growth markets and business. we will create a virtuous cycle and enable sustainable growth and high profits.

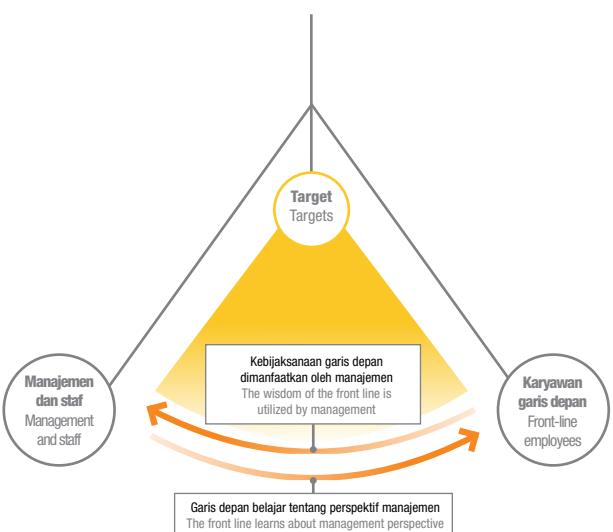




### [ FORMULASI UNICHARM WAY ] [ FORMULATION OF THE UNICHARM WAY ]



### [ MANAJEMEN DENGAN RESONANSI ] [ MANAGEMENT WITH RESONANCE ]



## KEKUATAN YANG MENDUKUNG PERTUMBUHAN BERKELANJUTAN UNICHARM

STRENGTHS THAT SUPPORT UNICHARM'S SUSTAINED GROWTH

### BUDAYA PERUSAHAAN UNICHARM DIWARISKAN DARI PENDIRIANNYA DARI "TIGA JENIS DNA" MENUJU "BOP-SHIP"

UNICHARM'S CORPORATE CULTURE INHERITED FROM IT'S FOUNDING FROM "THREE TYPES OF DNA" TO "BOP-SHIP"

Unicharm, yang telah menjaga pertumbuhan berkelanjutan, telah memelihara budaya dan semangat perusahaan yang disebut "Tiga Jenis DNA" yang telah diturunkan sejak didirikan. Dalam beberapa tahun terakhir, kegiatan bisnis Perseroan telah menyebar dari Jepang ke seluruh Asia, serta ke Timur Tengah, Eropa, dan Amerika Serikat. Karena jumlah karyawan yang lahir di luar negeri semakin meningkat, Perseroan mulai menyusun ulang "Tiga Jenis DNA" menjadi "BOP-ship" agar lebih mudah dipahami oleh karyawan di luar negeri. "Tiga Jenis DNA" dan "BOP-ship" adalah nilai-nilai perusahaan yang mendukung dasar kegiatan Perseroan, dan merupakan nilai-nilai umum yang dimiliki oleh setiap karyawan, termasuk manajemen puncak.

Unicharm which has maintained sustainable growth, has nurtured a corporate culture and spirit called the "Three Types of DNA" that has been passed down ever since it's founding. In recent years, the Company business activities have spread from Japan to the rest of Asia, as well as to the Middle East, Europe, and the United States. Because the number of employees born overseas is increasing, we have begun rephrasing the "Three Types of DNA" as "BOP-ship" to make it easier for overseas employees to understand. The "three Types of DNA" and "BOP-ship" are corporate values that support the basis of the Company activities, and are common values that each and every employee, including top management.

#### TIGA TIPE DNA

THREE TYPES OF DNA

Mengubah diri sendiri dan mencapai pertumbuhan diri untuk menciptakan nilai baru  
Changing yourself and achieving self-growth to create new value  
**Mengubah Nilai**  
Changing Values

Tumbuh melalui belajar dari kegagalan  
Growth through learning from failure  
**Temukan alasan dalam diri kita sendiri**  
Find reason within ourselves

Selalu memberikan kepuasan tertinggi kepada pelanggan  
Always providing our customer with the ultimate satisfaction  
**Pertahankan posisi No.1**  
Maintain our No.1 position

#### BOP-SHIP

BOP-SHIP

Serap yang terbaik segera mungkin  
Absorb the best as soon as possible  
**Best Practice-ship**

Ambil inisiatif dan atasi kesulitan  
Take the initiative and overcome difficulties  
**Ownership**

Selalu fokus pada kolaborasi dengan altruisme  
Always focus on collaboration with altruism  
**Partnership**

## MENYEDIAKAN PRODUK YANG SANGAT DIPERLUKAN KE BANYAK PELANGGAN DI BANYAK WILAYAH

SUPPLYING INDISPENSABLE PRODUCTS TO A WIDE RANGE OF CUSTOMERS IN MANY REGIONS

Unicharm memiliki tujuan untuk mengatasi masalah sosial dengan memberikan nilai baru melalui penambahan berbagai layanan ke produk bernilai tambah tinggi yang memanfaatkan bisnis kain nonwoven dan bahan penyerap, memungkinkan Unicharm untuk meluncurkan produk yang secara akurat memenuhi kebutuhan pelanggan di hadapan para pesaing, berkat posisi Unicharm sebagai produsen khusus. Didukung oleh kemampuan teknis yang kuat, Unicharm menyediakan rangkaian produk yang seimbang untuk mitra pemilik hewan peliharaan dan orang-orang dari segala usia (dari bayi hingga orang tua) membatasi paparan Unicharm terhadap perubahan demografis dan mendukung pertumbuhan berkelanjutan Unicharm.

Unicharm aims to address social issues by providing new value through the addition of various services to high value-added products that utilize our non woven fabric and absorbent material businesses, allowing Unicharm to launch products that accurately meet customer needs ahead of rivals, thanks to Unicharm position as a specialist manufacturer. Backed by powerful technical capabilities, Unicharm supply a balanced range of products for partner animal (pet) owners and people of all ages (from babies to the elderly) limiting Unicharm exposure to demographic changes and supporting Unicharm's sustained growth.



## EVOLUSI "WINNING PATTERNS" UNICHARM

EVOLUTION OF UNICHARM "WINNING PATTERNS"

Popularitas produk Unicharm di banyak pasar domestik mencerminkan upaya Unicharm untuk mengembangkan produk yang disesuaikan dengan budaya dan lingkungan hidup masing-masing wilayah. Pada saat yang sama, Unicharm telah bekerja untuk mendistribusikan produk ke banyak distributor untuk menciptakan area penjualan yang berfokus pada pembelian menggunakan teknologi digital. Untuk tetap kompetitif di tengah pesatnya kemajuan TI dan globalisasi, Unicharm harus berpikir dan bertindak lebih cepat. Dengan menggunakan siklus trial and error yang dinamis, Unicharm akan menyesuaikan "winning pattern" agar sesuai dengan perubahan di lingkungan operasi dan mentransfernya ke pasar domestik.

The popularity of Unicharm products in many consumer domestic markets reflects the Company efforts to develop products tailored to the cultures and living environments. At the same time, Unicharm have been working to distribute our product to as many as our retailer to create shopper-focused sales areas using digital technology. To remain competitive amid rapid advances in IT and globalization, Unicharm have to think and act faster. Using a dynamic cycle of trial and error, Unicharm will adjust "winning patterns" to match changes in the operating environment and transfer them to domestic markets.



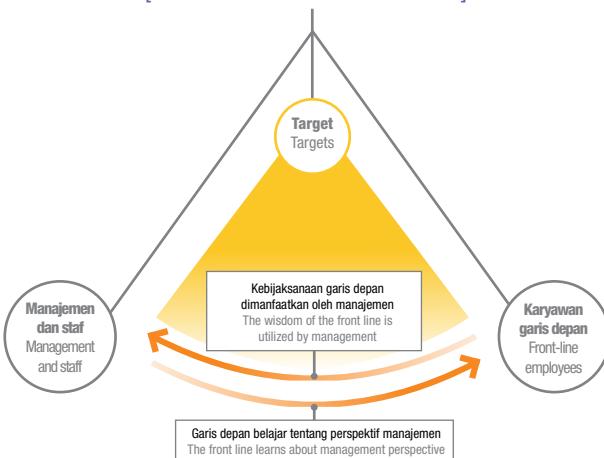
## MENERAPKAN STRATEGI PERSEROAN MENGGUNAKAN "MANAJEMEN DENGAN RESONANSI"

IMPLEMENTING OUR STRATEGIES USING "MANAGEMENT WITH RESONANCE"

Di Unicharm, manajemen menggunakan saran dari divisi operasional untuk mengembangkan strategi yang dijelaskan secara jelas kepada karyawan agar memperoleh wawasan mengenai sudut pandang manajemen dan bertindak selaras dengannya. Pendekatan komunikasi yang seimbang ini secara signifikan meningkatkan kapasitas organisasi secara keseluruhan, membantu manajemen dan karyawan lapangan bekerja sama mencapai tujuan bersama, yang pada akhirnya dapat semakin meningkatkan kapasitas organisasi. Unicharm menyebutnya "Manajemen dengan Resonansi", faktor penting di balik pertumbuhan Unicharm. Unicharm memahami bahwa generasi milenial (orang yang lahir antara tahun 1982 dan 2000) akan menjadi konsumen utama di masa depan, oleh karena itu Unicharm telah mempekerjakan karyawan berusia 20 s/d 30-an dan menerapkan ide-ide unik mereka dalam strategi manajemen Unicharm.

At Unicharm, management uses feedback from frontline operations to develop strategies that are carefully explained to employees, allowing Unicharm workforce to gain insights into management's point of view and act accordingly. This balanced approach to communication significantly improves the capacity of the whole organization, helping management and frontline employees work together towards their shared goals, which in turn further increases the capacity of the organization. Unicharm call this "Management with Resonance", a critical factor behind the growth of Unicharm. Unicharm understood that the millennial generation (people born between 1982 and 2000) will become the main consumers in the future, hence we have been hiring employees in their 20 up to 30 years and implementing their unique ideas in Unicharm management strategy.

### [ MANAJEMEN DENGAN RESONANSI ] [ MANAGEMENT WITH RESONANCE ]



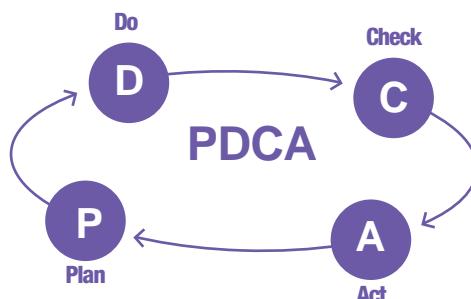
## MEMPERKENALKAN PENDEKATAN MANAJEMEN BARU UNTUK MENCiptakan ORGANISASI YANG "BERGERAK MAJU SAAT BERPIKIR"

INTRODUCING A NEW MANAGEMENT APPROACH TO CREATE AN ORGANIZATION THAT "MOVES AHEAD WHILE THINKING"

Beberapa tahun terakhir Unicharm melihat perubahan menjadi hal yang biasa dan kita sekarang hidup di era di mana perubahan besar dan tak terduga dianggap "normal". Dengan berfokus pada generasi pertumbuhan berkelanjutan dalam kondisi seperti, Unicharm perlu membangun sebuah organisasi yang mampu melakukan pergeseran radikal dalam generasi. Sangat penting bagi Unicharm untuk terus menyesuaikan pendekatan Unicharm yaitu mengidentifikasi tanda-tanda perubahan dan berimprovisasi untuk menanggapi perkembangan yang berlangsung, tanpa terlalu terpaku pada perencanaan awal. Untuk mendorong organisasi yang seperti itu, Unicharm memperkenalkan pendekatan manajemen baru berdasarkan metode loop "Observe-Orient-Decide-Act", sebuah evolusi dari model SAPS sebelumnya yang didasarkan pada siklus tindakan "plan-do-check-act". Unicharm ingin menciptakan organisasi di mana karyawan didorong untuk mengambil inisiatif dalam membuat keputusan dan mengambil tindakan, dengan setiap karyawan lapangan menilai situasi berdasarkan informasi langsung yang diperoleh di lapangan untuk memahami situasi tertentu, menyesuaikan indra mereka dan menggabungkan intuisi mereka dengan pengalaman dan keahlian bisnis.

Recent years have seen change being commonplace and Unicharm are now living in an era where major, unexpected changes have been acknowledged as "normal". With the generation of sustained growth underneath these conditions being a priority, Unicharm need to establish an organization capable of performing radical shifts in generation. It is very important for Unicharm to constantly adjust the Company approach that is identifying signs of change and improvising in response to ongoing developments, without sticking too much to Unicharm initial planning. In order to foster that kind of organization, Unicharm have introduced a new management approached based on the "Observe-Orient-Decide-Act" loop method, an evolution of our previous SAPS model which is based on the "plan-do-check-act" cycle. Unicharm aim to create an organization where employees were encouraged to take the initiative in making decisions and taking action, which each frontline employee assessing the situation using first-hand information acquired from the business frontline to gain a grasp on specific situation, tuning their senses and combining their intuition with experience and expertise from business.

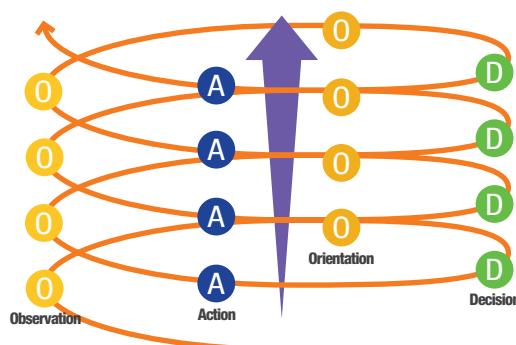
### [ FILOSOFI METODE SAPS ] [ PHILOSOPHY OF SAPS METHOD ]



Kemungkinan bahwa kita tidak dapat mengatasi perubahan lingkungan yang tidak diperkirakan pada awalnya  
Possibility that we are not able to address environmental changes not foreseen initially



### [ FILOSOFI OODA-LOOP ] [ PHILOSOPHY OF OODA-LOOP ]



Menetapkan mekanisme di mana Unicharm terus-menerus meninjau pendekatan dan membuat perubahan mendasar  
Establish a mechanism where Unicharm constantly review approaches and make fundamental changes

### "New normal dimana perubahan menjadi norma" "New normal where changes become the norm"

- |                                      |  |
|--------------------------------------|--|
| <b>O</b><br>Observasi<br>Observation | : Mengamati keadaan dengan menggunakan pancha indera.<br>: Observe situation using the five sense.   |
| <b>O</b><br>Orientasi<br>Orientation | : Menentukan situasi dengan menggunakan informasi yang diperoleh bersama dengan pengalaman dan pengetahuan masa lalu.<br>: Determine the situation using information obtained along with past experiences and knowledge. |
| <b>D</b><br>Keputusan<br>Decision    | : Membuat keputusan yang tepat dari pilihan yang tersedia.<br>: Make the right decision from the options available.  |
| <b>A</b><br>Tindakan<br>Action       | : Segera ambil tindakan. (Ulangi putaran)<br>: Take action promptly. (Repeat loop)   |

# Kyo-Sei Life Vision 2030

Untuk Keberagaman, keterbukaan, dan Dunia Berkelanjutan  
For a Diverse, Inclusive, and Sustainable World

Unicharm berkomitmen untuk membantu memecahkan masalah lingkungan dan sosial saat Unicharm bekerja sama untuk mewujudkan masyarakat simbiosis.

Dengan mengingat hal itu, Unicharm telah mengedepankan sasaran lingkungan, sosial, dan tata kelola perusahaan (ESG) jangka menengah hingga panjang Unicharm yang disebut “Kyo-Sei Life Vision 2030 untuk dunia yang beragam, inklusif, dan berkelanjutan”. Unicharm membawa visi untuk tahun 2030 menjadi fokus yang lebih tajam, menjelaskan inisiatif dan target utama yang Unicharm yakini akan membantu mencapai tujuan.

Melalui implementasi “Kyo-Sei Life Vision 2030”, Unicharm yakin dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan masyarakat, sambil terus mengembangkan bisnis Unicharm.

Unicharm are committed to helping solve environmental and social issues as Unicharm work together to realize a cohesive society.

With that in mind, Unicharm have put forward the Company mid-to-long term environmental, social, and corporate governance (ESG) goals called “Kyo-Sei Life Vision 2030 for a diverse, inclusive, and sustainable world”. Unicharm bring our vision for 2030 into sharper focus, explicating the key initiatives and targets that Unicharm believe will help to achieve the goals.

Through the implementation of “Kyo-Sei Life Vision 2030”, Unicharm are confident can satisfy the needs of consumers and communities, while continuing to grow Unicharm business.

## PENEMPATAN “KYO-SEI LIFE VISION 2030”

POSITION OF “KYO-SEI LIFE VISION 2030”

Tujuan Unicharm adalah untuk membantu mencapai Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs) Perserikatan Bangsa-Bangsa. Karena tujuan ini sangat mendasar bagi esensi Unicharm sebagai sebuah perusahaan. Unicharm berpikir bahwa penting bagi semua karyawan untuk memahami, menyetujui, dan berempati dengannya. Untuk lebih menggambarkan substansi dari tujuan itu, dan untuk memajukan pencapaiannya, Unicharm telah memecahnya menjadi tiga komponen utama: “Misi”, “Visi”, dan “Nilai”.

“Misi” menjelaskan apa yang ingin Unicharm lakukan. Lebih khusus lagi, misi Unicharm adalah mewujudkan masyarakat simbiosis, masyarakat yang secara inheren harus beragam, inklusif, dan berkelanjutan.

Dengan pemahaman ini, kebebasan pribadi akan selaras dengan altruisme sosial, memungkinkan orang untuk menjadi diri sendiri dan menjalani kehidupan yang mereka pilih sendiri, sementara pada saat yang sama membantu orang lain untuk mencapai kehidupan yang lebih baik.

Unicharm purpose is to help achieve the United Nation’s Sustainable Development Goals (SDGs). Because this purpose is so basic to Unicharm essence as a company. Unicharm think that it is important that all of employees understand, agree, and empathize with it. To better delineate the substance of that purpose, and to further its accomplishment, Unicharm have broken it down into three key components: “Mission”, “Vision”, and “Value”.

“Mission” clarifies what Unicharm want to do. More specifically, Unicharm mission is to realize a cohesive society, a society that must inherently be diverse, inclusive, and sustainable.

In this society, personal freedom will harmonize with social altruism, enabling people to be true to themselves and live lives of their own choosing, while at the same time helping others to achieve a better life.

Dimana “Tujuan” adalah sasaran, “Visi” adalah sarana. “Visi” menjelaskan bagaimana Unicharm dapat mewujudkan masyarakat simbiosis. Secara praktis, ini adalah penerapan filosofi perusahaan Unicharm yang disebut “NOLA & DOLA” (Necessity of Live with Activities & Dreams of Life with Activities).

Melalui “NOLA”, Unicharm berharap dapat memberikan dukungan yang kuat, namun bijaksana dan tidak mengganggu untuk pikiran dan tubuh pengguna Unicharm, membebaskan mereka dari beberapa beban hidup mereka dan memungkinkan mereka untuk lebih memfokuskan upaya mereka dalam mewujudkan impian mereka.

“Nilai” adalah rasa tugas dan tanggung jawab sosial yang mendasari “Misi” Perseroan dan memperkuat “Visi” Unicharm, menyatakan semuanya untuk melayani “Tujuan” bersama. Semua karyawan Perseroan sekarang mendorong model manajemen standar Perseroan yang disebut “Manajemen resonansi”.

Untuk memahami dan mempromosikan “Tujuan” Unicharm, dan untuk memperjelas bagaimana “Misi”, “Visi”, dan “Nilai” Unicharm bekerja sama untuk mendorong “Tujuan” itu, dokumen ini menjelaskan secara rinci dunia yang telah kita bayangkan pada tahun 2030 dan menjelaskan bagaimana Unicharm berharap untuk mencapainya, menyoroti inisiatif dan target utama yang Unicharm yakini akan membuat “Kyo-Sei Life Vision 2030” menjadi kenyataan. Unicharm berkomitmen untuk membantu memecahkan masalah lingkungan dan sosial, sambil memberikan nilai baru kepada konsumen dan masyarakat dan memastikan pertumbuhan bisnis yang stabil.

Where “Purpose” is the goal, “Vision” is the means. “Vision” elucidates how Unicharm can realize a cohesive society. In practical terms, it is the application of Unicharm corporate philosophy which are called “NOLA & DOLA” (Necessity of Life with Activities & Dreams of Life with Activities).

Through “NOLA,” Unicharm hope to provide powerful, yet discreet and unobtrusive support for the minds and bodies of Unicharm users, relieving them of some of the burdens of their lives and enabling them to better focus their efforts on making their dreams come true.

“Value” is the sense of duty and social responsibility that underlies the Company “Mission” and powers the Company “Vision,” bringing it all together to serve the common “Purpose.” All Unicharm employees around the world are now pushing forward the Company standardized management model called “Management with Resonance.”

To understand and promote Unicharm “Purpose”, and to clarify how the Company “Mission”, “Vision”, and “Value” work together to push forward that “Purpose”, this document explains in detail the world Unicharm have envisioned in 2030 and describes how Unicharm hope to get there, highlighting the key initiatives and targets that Unicharm believe will make “Kyo-Sei Life Vision 2030” a reality. Unicharm are committed to helping solve environmental and social issues, while providing new value to consumers and communities and assuring steady business growth.

## KEGIATAN PERSEROAN YANG BERKONTRIBUSI PADA SDGS

ACTIVITIES OF THE COMPANY THAT CONTRIBUTE TO SDGS

Bulan Month	Acara Event	Topik Kunci Key Topic	Kontribusi untuk SDGs Contribution to SDGs	Elemen Ethical Living Ethical Living Element
Jan Jan	Penanaman Bambu Bamboo Planting	3. Kontribusi terhadap lingkungan global 3. Contribution to global environment	6 CLEAN WATER AND SANITATION 11 SUSTAINABLE INDUSTRY, INNOVATION AND INFRASTRUCTURE 13 CLIMATE ACTION 14 LIFE BELOW WATER 15 LIFE ON LAND	
	Bantuan bencana alam (longsor - Sumedang Jawa Barat) Donation for natural disaster (landslide - Sumedang West Java)	4. Kontribusi kepada masyarakat 4. Contribution to society	1 NO POVERTY 2 ZERO HUNGER 3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING 8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH	 
	Bantuan bencana alam (gempa - Sulawesi Barat) Donation for natural disaster (earthquake - West Sulawesi)	4. Kontribusi kepada masyarakat 4. Contribution to society	1 NO POVERTY 2 ZERO HUNGER 3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING 8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH	 
	Bantuan bencana alam (banjir - Kalimantan Selatan) Donation for natural disaster (flood - South Kalimantan)	4. Kontribusi kepada masyarakat 4. Contribution to society	1 NO POVERTY 2 ZERO HUNGER 3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING 8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH	 
Feb Feb	Donasi Produk untuk bencana alam (Sulawesi, Jawa Barat, Jakarta, Kalimantan) Product Donation for natural disaster (Sulawesi, West Java, Jakarta, Kalimantan)	4. Kontribusi kepada masyarakat 4. Contribution to society	1 NO POVERTY 2 ZERO HUNGER 3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING 8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH	 
Jun Jun	Hari Lingkungan Hidup (Peluncuran Kemasan Kertas) Environment Day (Paper Package Launching)	3. Kontribusi terhadap lingkungan global 3. Contribution to global environment	9 INDUSTRY, INNOVATION AND INFRASTRUCTURE 12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION 14 LIFE BELOW WATER 15 LIFE ON LAND	
	Gotong Royong Vaksin Gotong Royong Vaccine	1. Hidup Sehat 1. Healthy Life	3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING 11 SUSTAINABLE CITIES AND COMMUNITIES	 
	Webinar PPNI PPNI Webinar	1. Hidup Sehat 1. Healthy Life	3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING 4 QUALITY EDUCATION	 
Jul Jul	Eksperimen Maggot Untuk Daur Ulang Sampah Maggot Experiment For Waste Recycle	3. Kontribusi terhadap lingkungan global 3. Contribution to global environment	9 INDUSTRY, INNOVATION AND INFRASTRUCTURE 12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION 13 CLIMATE ACTION 14 LIFE BELOW WATER	 
Agu Aug	Donasi (Karawang COVID-19) Donation (Karawang COVID-19)	4. Kontribusi kepada masyarakat 4. Contribution to society	1 NO POVERTY 2 ZERO HUNGER 3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING 8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH	 
Okt Oct	Kampanye Pink Ribbon Pink Ribbon Campaign	1. Hidup Sehat 1. Healthy Life	1 NO POVERTY 3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING 4 QUALITY EDUCATION 11 SUSTAINABLE CITIES AND COMMUNITIES	 
Nov Nov	Donasi (kunjungan ke panti asuhan) Donation (Orphanage visit)	4. Kontribusi kepada masyarakat 4. Contribution to society	1 NO POVERTY 2 ZERO HUNGER 3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING 8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH	 
Des Dec	Bantuan bencana alam (erupsi Semeru- Lumajang Jawa Timur) Donation for natural disaster (Semeru eruption- Lumajang East Java)	4. Kontribusi kepada masyarakat 4. Contribution to society	1 NO POVERTY 2 ZERO HUNGER 3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING 8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH	 
	Sertifikasi Proper Proper Certification	3. Kontribusi terhadap lingkungan global 3. Contribution to global environment	12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION 13 CLIMATE ACTION 14 LIFE BELOW WATER	



In order to realize the world we envision, the Company upholds the following three commitments based on the Company principle of fair and transparent management.

Untuk mewujudkan dunia yang kita impikan, Perseroan menjunjung tinggi mengikuti tiga komitmen berdasarkan prinsip Perseroan yang adil dan pengelolaan yang transparan.





<b>Menjaga Kesejahteraan Individu / Safeguarding The Well-Being Of Individuals</b>	41
<b>Menjaga Kesejahteraan Masyarakat / Safeguarding The Well-Being Of Society</b>	47
<b>Menjaga Kesejahteraan Planet Kita / Safeguarding The Well-Being Of Our Planet</b>	51
<b>Prinsip Perseroan / The Company Principles</b>	55



**KONSEP GAYA HIDUP BARU : "ETHICAL LIVING FOR SDGS"**  
NEW LIFE STYLE CONCEPT : "ETHICAL LIVING FOR SDGS"



# ETHICAL LIVING

## For SDGs

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

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

### Latar belakang Ethical Living for SDGs = berbagai isu yang terpendam Indonesia

Di satu sisi dengan pertumbuhan ekonomi Indonesia yang pesat telah memungkinkan untuk menjalani kehidupan yang nyaman dan sejahtera, namun tanpa kita sadari, ada berbagai issue yang terjadi di lingkungan tempat kita tinggal maupun dalam skala global. Sebagai salah satu contoh, jumlah sampah di Indonesia sekitar 67 juta ton, dimana sekitar 7,2 juta ton adalah sampah plastik, dan jumlah sampah yang dibawa ke TPA semakin meningkat dari tahun ke tahun, yang diprediksi bahwa kapasitas akan mencapai batasnya. Menurut Kementerian Kelautan dan Perikanan Indonesia, Indonesia dikatakan sebagai negara dengan jumlah sampah plastik laut terbesar kedua di dunia.

### Konsep Ethical Living for SDGs

Peluncuran "Konsep Ethical Living For SDGs, dengan menangkap isu lingkungan di Indonesia dan minat konsumen terhadap produk ramah lingkungan dan green (hijau)." Dengan bertujuan untuk berkontribusi langsung dalam mewujudkan tujuan pembangunan berkelanjutan dengan mengusulkan konsep gaya hidup baru yang menerapkan "Kebaikan kecil" yang dapat dengan mudah berkontribusi ke dalam kehidupan, dan mengambil langkah baru dari hal kecil dengan memanfaatkan teknologi terkini.

### Background of Ethical Living for SDGs = various hidden issues in Indonesia

On the one hand, Indonesia's rapid economic growth has made it possible to live a comfortable and prosperous life, but without us realizing it, there are various issues that occur in the environment where we live and on a global scale. As one example, the amount of waste in Indonesia is around 67 million tons, of which about 7.2 million tons are plastic waste, and the amount of waste taken to landfill is increasing from year to year, which is predicted that the capacity will reach its limit. According to the Indonesian Ministry of Maritime Affairs and Fisheries, Indonesia is said to be the country with the second largest amount of marine plastic waste in the world.

### Ethical Living Concept for SDGs

The launch of the "Ethical Living Concept for SDGs, by capturing environmental issues in Indonesia and consumer interest in environmentally friendly and green (green) products." By aiming to contribute directly to realizing the goals of sustainable development by proposing new lifestyle concepts that apply "Small kindnesses" that can easily contribute to life, and taking new steps from small things by utilizing the latest technology.



Company Activities for Society



Innovation for Prosperity



Respect and Accept Differences



Human Relations

## **Logo dan Elemen yang terkandung dalam Ethical Living for SDGs**

Logo Ethical Living for SDGs terdiri dari 12 elemen dan mengandung semua pemikiran menuju perwujudan SDGs.

1. Aktivitas perusahaan untuk dikembalikan pada masyarakat
2. Eksplorasi inovasi untuk mewujudkan kehidupan yang makmur
3. Perasaan saling menghormati dan menerima perbedaan
4. Hubungan antar manusia, orangtua dan anak , perawat dan yang dirawat dll
5. Kebijaksanaan untuk menyediakan pengetahuan yang benar
6. Ketenangan pikiran melalui keadilan dan keamanan
7. Matahari sebagai sumber energi alam
8. Keberlanjutan pemakaian ulang sumber daya
9. Realisasi lingkungan yang makmur
10. Konservasi lingkungan dan sumber daya laut serta pemeliharaan keanekaragaman hayati
11. Pemanfaatan hutan secara berkelanjutan
12. Perhatian dan kontribusi pada kesejahteraan dengan menganggap binatang sebagai partner.

## **Logos and Elements contained in Ethical Living for SDGs**

The Ethical Living for SDGs logo consists of 12 elements and contains all thoughts towards the realization of the SDGs.

1. Company activities to be returned to the community
2. Explore innovation to create a prosperous life
3. Feelings of mutual respect and acceptance of differences
4. Relationships between humans, parents and children, nurses and those who are cared for, etc
5. Wisdom to provide true knowledge
6. Peace of mind through justice and security
7. The sun as a source of natural energy
8. Sustainable reuse of resources
9. Realization of prosperous environment
10. Conservation of the environment and marine resources and maintenance of biodiversity
11. Sustainable use of forests
12. Caring for and contributing to welfare by treating animals as partners.



Knowledge



Sun as a Natural Source



Justice and Security



Recycle



Prosperous Environment Realization



Marine Resources & Biodiversity Maintenance



Sustainable Forest Use

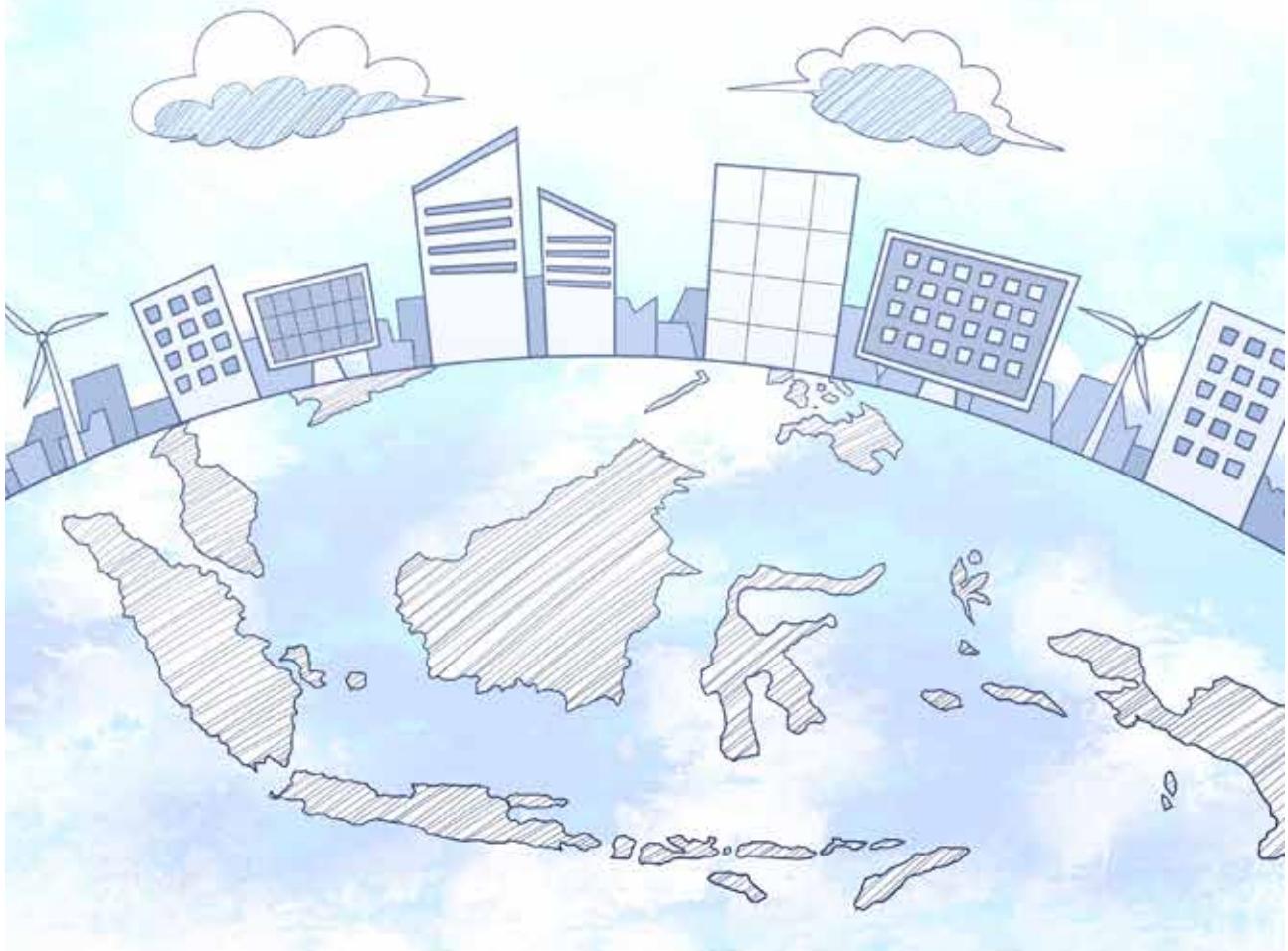


Animal Welfare

## TOPIK KUNCI 1

### KEY TOPIC 1 :

**MENJAGA KESEJAHTERAAN INDIVIDU**  
SAFEGUARDING THE WELL-BEING OF INDIVIDUALS



## TOPIK KUNCI CSR 1 : MENJAGA KESEJAHTERAAN INDIVIDU

KEY TOPIC CSR 1 : SAFEGUARDING THE WELL-BEING OF INDIVIDUALS

### Pendekatan dan Strategi Dasar Perseroan

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

### Isu Sosial Yang Diakui Berkontribusi Pada Realisasi SDGs



### KESETARAAN GENDER

GENDER EQUALITY

Menurut Perseroan, keberagaman adalah keunikan, dan setiap individu harus saling menghargai. Oleh karena itu, Perseroan mendorong keberagaman gender. Saat ini Perseroan memiliki 42,1% karyawan Laki-laki dan 57,9% karyawan Perempuan. Perseroan memiliki lebih banyak karyawan perempuan untuk mendorong perempuan ikut serta memajukan kinerja Perseroan dengan mendapatkan porsi struktural yang lebih banyak.

### SEMINAR DAN EDUKASI

SEMINARS AND EDUCATION

Pada tanggal 6 Juni 2021 Perseroan bekerjasama dengan Perhimpunan Perawat Nasional Indonesia menyelenggarakan Webinar pertama tentang Asuhan Keperawatan pada Pasien Lansia dengan Inkontinensia Urin. Sebanyak 1.705 perawat dari seluruh Indonesia berpartisipasi secara online, termasuk 2 spesialis inkontinensi, penuaan dan perawatan lansia.

On June 6th, 2021 the Company collaborated with Indonesian National Nurses Association to hold the first Webinar on Nursing Care for Elderly Patients with Urinary Incontinence. Total of 1,705 nurses from around Indonesia participated by online, including 2 specialists in incontinence, aging, and elder care.

### The Company Basic Approach and Strategy

“NOLA&DOLA (Necessities of Life with Activities & Dreams of Life with Activities), the Company corporate philosophy, is filled with hope that “The Company aims to supply all people (from new-born infants to the elderly) with products and services that provide mental and physical support through gentle care so that they may be free of their burdens and can fulfill their dreams.” The Company aim to develop products and services that contribute to the realization of a society in which each and every people throughout the world can truly feel their “own uniqueness” at various stages of their lives and enjoy their day-to-day living.

### Social Issues Recognized Contributing to the realization of the SDGs

According to the Company, diversity is unique, and each individual must respect each other. Therefore, the Company encourages gender diversity. Currently, the Company has 42.1% male employees and 57.9% female employees. The Company has more female employees to encourage women to participate in advancing the Company's performance by getting a larger structural portion.



UCI-Persatuan Perawat Nasional Indonesia menyelenggarakan Webinar bersama UCI-Indonesian National Nurses Association jointly hosted Webinar



Tujuan dari acara ini adalah untuk mendapatkan rekomendasi dari rumah sakit dan institusi tempat perawat bekerja, dengan memperkenalkan produk “2 pcs Care” yang memadukan antara popok dan pembalut Lifree, yang disebut dengan “Konsep Perawatan Lifree”.

Tujuan mendapatkan rekomendasi perawat adalah karena dalam Medical Channel, perawat adalah orang utama yang memutuskan produk mana yang akan digunakan untuk pasien dan mereka akan terus menggunakan produk yang direkomendasikan setelah meninggalkan rumah sakit.

Di Jepang, lebih dari 90% rumah sakit dan pusat perawatan lansia sudah menggunakan pad Lifree, jadi Perseroan akan berkolaborasi dengan perawat dari Indonesia untuk mengimplementasikan Best Practice ship ini.

The purpose of the event is to obtain recommendations from hospitals and institutions where nurses work, by introducing the “2 pcs Care” product, which combines diaper and Lifree pad, what is called “Lifree Care Concept”.

The aim of obtaining nurse recommendations is because in the Medical Channel, the nurses are the main persons who decide which products to be used for the patients and they will continue to use the recommended products after leave the hospital.

In Japan, more than 90% of hospitals and elderly care centers already use Lifree pad, so the Company will collaborate with nurses from Indonesia to implement this Best Practice ship.

## **AKSI PINK RIBBON**

PINK RIBBON ACTION

Jakarta, 6 Oktober 2021. Dalam rangka sosialisasi pentingnya deteksi dini kanker payudara seperti yang direkomendasikan oleh pemerintah Indonesia melalui SADARI dan SADANIS dengan pemeriksaan di PUSKESMAS dan Rumah Sakit, Perseroan mendukung “Aksi Pink Ribbon” bekerja sama dengan YKPI (Yayasan Kanker Payudara Indonesia).

Sejalan dengan “Bulan Kanker Payudara Sedunia” yang ditetapkan dari tanggal 1 hingga 31 Oktober setiap tahunnya, CHARM sebagai brand dalam kategori pembalut wanita yang telah mendapat dukungan menjadi No.1 di Indonesia meluncurkan “Charm Extra Maxi Pink Ribbon Special Edition” dan menyumbangkan sebagian dari penjualan produk ini untuk mendukung YKPI. Selain itu, akan mendukung “Aksi Pink Ribbon” melalui posting video, artikel aktivitas edukasi dll bekerja sama dengan YKPI dalam situs Charm Girls Talk.

Jakarta, October 6th, 2021. In order to socialize the importance of early detection of breast cancer as recommended by the Indonesian government through BSE and SADANIS with examinations at PUSKESMAS and hospitals, the Company supports the “Pink Ribbon Action” in collaboration with YKPI (Yayasan Indonesian Breast Cancer).

In line with “World Breast Cancer Month” which is set from October 1 to 31 every year, CHARM as a brand in the sanitary napkin category that has received support to become No.1 in Indonesia launched the “Charm Extra Maxi Pink Ribbon Special Edition” and donated a portion of sales of this product to support YKPI. In addition, it will support the “Pink Ribbon Action” through posting videos, articles on educational activities, etc. in collaboration with YKPI on the Charm Girls Talk website.



### Latar Belakang Dukungan Terhadap Aktivitas Pink Ribbon

Menurut data The Global Cancer Observatory tahun 2020, kanker payudara di Indonesia menempati urutan kedua penyebab kematian akibat kanker dengan angka 9,6% dimana kasus ini paling umum terjadi pada wanita. Salah satu penyebab tingginya angka kasus kejadian dan kematian akibat kanker payudara adalah karena rendahnya kesadaran akan deteksi dini dan pemeriksaan kanker payudara secara klinis, yang menurut riset Kemenkes di tahun 2016 tingkat penetrasi SADARI adalah 46,3%. dan SADANIS 4,4%. Perusahaan ini melihat rendahnya angka itu sebagai isu.

Selain itu, dalam konferensi pers "Pertama di Industri Pembalut Wanita, Charm Dukung Aksi Pink Ribbon untuk Meminimalkan Angka Kematian Akibat Kanker Payudara" melalui Charm Extra Maxi Special Edition yang diselenggarakan secara online pada tanggal 6 Oktober, Onkolog Dr. Walta Gautama, Sp.B(K)Onk, sebagai Ahli Bedah Onkologi dan Ketua Pengurus Pusat Perhimpunan Ahli Bedah Onkologi Indonesia (PERABOI), juga aktif di YKPI (Yayasan Kanker Payudara Indonesia), sebagai salah satu pengurus (Wakil Ketua III), menjelaskan bahwa, "Sekitar 70% pasien kanker payudara datang ke rumah sakit sudah dalam kondisi stadium lanjut. Dr. Walta juga menjelaskan pada dasarnya jika kanker payudara terdeteksi lebih awal, akan ada lebih banyak pilihan perawatan dan kesempatan untuk bertahan hidup juga akan lebih besar. Dengan begitu secara tidak langsung juga akan meningkatkan kualitas hidup pasien."

Presiden Direktur Perseroan, Yuji Ishii menyampaikan bahwa, "Karena bila dibandingkan dengan negara-negara ASEAN dan sekitar, tingkat kejadian (16,6%) dan tingkat kematian (9,6%)\*2 di Indonesia akibat kanker payudara cenderung tinggi, oleh karena itu dalam rangka memenuhi tanggung jawab Perseroan untuk dapat meningkatkan kualitas kehidupan perempuan Indonesia, Perseroan mendukung aktivitas Pink Ribbon selama "Bulan Kanker Payudara" dan bertujuan untuk meminimalkan angka kematian akibat kanker payudara."

### Upaya yang dilakukan Perseroan

#### 1. Peluncuran Produk Desain Kemasan Dukung Edukasi SADARI

Diluncurkan produk dengan kemasan Pink Ribbon Special Edition, Charm Extra Maxi yang diperkirakan memiliki 28 juta pengguna sebagai desain untuk mendukung kegiatan peningkatan kesadaran deteksi dini kanker payudara melalui SADARI. Cara melakukan SADARI dijelaskan di bagian belakang kemasan melalui ilustrasi agar konsumen dapat dengan mudah melakukan pemeriksaan sendiri di rumah meskipun dalam kondisi pandemi COVID-19.

### Pink Ribbon Activity Support Background

According to data from The Global Cancer Observatory in 2020, breast cancer in Indonesia ranks as the second leading cause of cancer death with 9.6% where this case is most common in women. One of the causes of the high incidence and mortality of breast cancer is due to the low awareness of early detection and clinical breast cancer examination, which according to research from the Ministry of Health in 2016 the penetration rate of BSE is 46.3%. and SADANIS 4.4%. The company sees the low number as an issue.

In addition, at the press conference "First in the Sanitary Napkin Industry, Charm Supports Pink Ribbon Action to Minimize Breast Cancer Death Rate through Charm Extra Maxi Special Edition which was held online on October 6, Oncologist Dr. Walta Gautama, Sp.B(K) Onk, a Surgeon Oncology and Chairman of The Central Board of the Indonesian Surgeon Oncology Association (PERABOI), is also active in YKPI (Indonesian Breast Cancer Foundation), as one of the members (Vice Chair III), explained that, "About 70% Breast cancer patients come to the hospital already in an advanced stage. Dr. Walta also explained that basically if breast cancer is detected early, there will be more treatment options and the chance of survival will also be greater. This will indirectly improve the patient's quality of life.

President Director of the Company, Yuji Ishii said that, "Because when compared to ASEAN countries and surrounding areas, the incidence rate (16.6%) and death rate (9.6%)\*2 In Indonesia, breast cancer tends to be high, because in order to fulfill the Company responsibility to improve the quality of life of Indonesian women, the Company supports the Pink Ribbon activity during "Breast Cancer Month" and aims to minimize breast cancer mortality."

### Efforts made by the Company

#### 1. Product Launch Packaging Design Supports SADARI Education

The product was launched with the Pink Ribbon Special Edition packaging, Charm Extra Maxi which is estimated to have 28 million users as a design to support awareness raising activities for early breast cancer detection through BSE. How to do BSE is explained on the back of the packaging through illustrations so that consumers can easily carry out self-examinations at home despite the COVID-19 pandemic conditions.

Sebagian hasil penjualan didonasikan kepada YKPI (Yayasan Kanker Payudara Indonesia) dan digunakan untuk mendukung program-program YKPI khususnya sosialisasi skrining dan deteksi dini kanker payudara sekaligus mengkampanyekan SADARI dengan tujuan menurunkan angka kejadian kanker payudara stadium lanjut sesuai dengan visi YKPI yaitu Indonesia Bebas Kanker Payudara Stadium Lanjut.

A portion of the sales proceeds donated to YKPI (Indonesian Breast Cancer Foundation) and used to support YKPI programs, especially the dissemination of screening and early detection of breast cancer as well as the BSE campaign with the aim of reducing the incidence of advanced breast cancer in accordance with YKPI's vision of Breast Free Indonesia. Advanced Stadium.



## 2. Memperluas Aksi Pink Ribbon pada situs Charm Girls Talk

Charm bekerja sama dengan YKPI dalam mendukung penetrasi deteksi dini kanker payudara dengan membuat video dan artikel tentang edukasi yang diposting dalam situs Charm Girls Talk yaitu : <https://www.charmgirlstalk.com/>

## 3. Edukasi deteksi dini melalui pembuatan Film Digital

Melalui pembuatan dan publikasi dua digital movie “Cara SADARI” dan “Pesan dari penyintas kanker payudara”, di Media Digital untuk menyampaikan secara luas pentingnya deteksi dini dan pengobatan kanker payudara yang tepat.

## 2. Expand the Pink Ribbon Action on the Charm Girls Talk site

Charm collaborates with YKPI in supporting the penetration of early detection of breast cancer by making videos and articles about education posted on the Charm Girls Talk website : <https://www.charmgirlstalk.com/>

## 3. Education on early detection through making Digital Films

Through the making and publication of two digital films “Cara SADARI” and “Messages from breast cancer survivors”, in Digital Media to convey widely the importance of early detection and proper treatment of breast cancer.



## ■ PERWUJUDAN MASYARAKAT YANG HIDUP BERDAMPINGAN DENGAN PARTNER ANIMAL (PET)

THE EMBODIMENT OF A COMMUNITY THAT COEXISTS WITH PARTNER ANIMAL (PET)

Dengan adanya penyebaran COVID-19 di Indonesia, maka diterapkan berbagai pembatasan sehingga jumlah orang yang berada di rumah dan tidak bepergian pun semakin bertambah. Begitu juga dengan jumlah populasi peliharaan kucing dan anjing yang mengalami peningkatan. Interaksi dengan hewan peliharaan disebut dapat menghilangkan kejemuhan maupun stress, juga efektif untuk menjaga kesehatan jasmani dan rohani.

Oleh karena itu, Perseroan meluncurkan produk Deo-Toilet untuk kucing dan Deo-Sheet untuk anjing, sebagai bentuk kontribusi di dalam penyediaan lingkungan yang sehat dan higienis agar pemilik hewan dan hewan peliharaan dapat hidup berdampingan dengan bahagia.

Market kategori pasir kucing pun meningkat, dimana kesadaran terhadap kebersihan terus menguat karena pemilik hewan hidup bersama dengan hewan peliharannya. Namun menurut riset internal yang kami lakukan, sayangnya penyaringan bau, kepraktisan, dan kemudahan pembersihan masih menjadi kebutuhan yang belum terpenuhi. Karena itu kami ingin menghilangkan rasa ketidakpuasan konsumen dengan Deo-Toilet untuk kucing. Meskipun diletakkan di dalam ruangan tertutup selama 1 minggu namun akan tetap bersih dan tidak bau.

Jumlah populasi kucing dan anjing di masa depan diprediksi akan terus bertambah. Berdasarkan riset yang dilakukan oleh Unicharm Jepang mengenai produk perawatan ekskresi anjing, kami mengetahui bahwa “tidak bocor” “kaki anjing tetap kering” dan “penyaringan bau” adalah 3 kebutuhan utama bagi para konsumen, yang mana kami menilai bahwa hal ini juga menjadi kebutuhan bagi para pemilik anjing di Indonesia. Sehingga, melalui launching Deo-Sheet yang berkat dukungan dari para konsumen telah menjadi produk ekskresi anjing No.1 di Jepang, kami yakin dapat mendukung penciptaan lingkungan kehidupan yang bersih dan sehat.

With the spread of COVID-19 in Indonesia, various restrictions have been implemented so that the number of people who are at home and not traveling was increased. Likewise, the number of cat and dog pet populations has increased. Interaction with pets is said to be able to relieve boredom and stress, it is also effective for maintaining physical and spiritual health.

Therefore, The Company launched Deo-Toilet products for cats and Deo-Sheet for dogs, as a form of contribution in providing a healthy and hygienic environment so that animal and pet owners can live side by side happily.

The market for the cat litter category has also increased, where awareness of cleanliness continues to strengthen because animal owners live together with their pets. However, according to our internal research, unfortunately odor filtering, practicality, and ease of cleaning were still unfulfilled needs. Therefore we wanted to eliminate consumer dissatisfaction with Deo-Toilet for cats. Even though it is placed in a closed room for 1 week, it will still be clean and not smelly.

The number of cat and dog populations in the future is predicted to continue to grow. Based on research conducted by Unicharm Japan on dog excretory care products, we know that “no leaks” “dog feet stay dry” and “odor screening” are the 3 main needs for consumers, which we considered that this is also a necessity for consumers or dog owners in Indonesia. So, through the launch of Deo-Sheet which thanks to the support of consumers has become the No.1 dog excretion product in Japan, we believe that we can support the creation of a clean and healthy living environment.

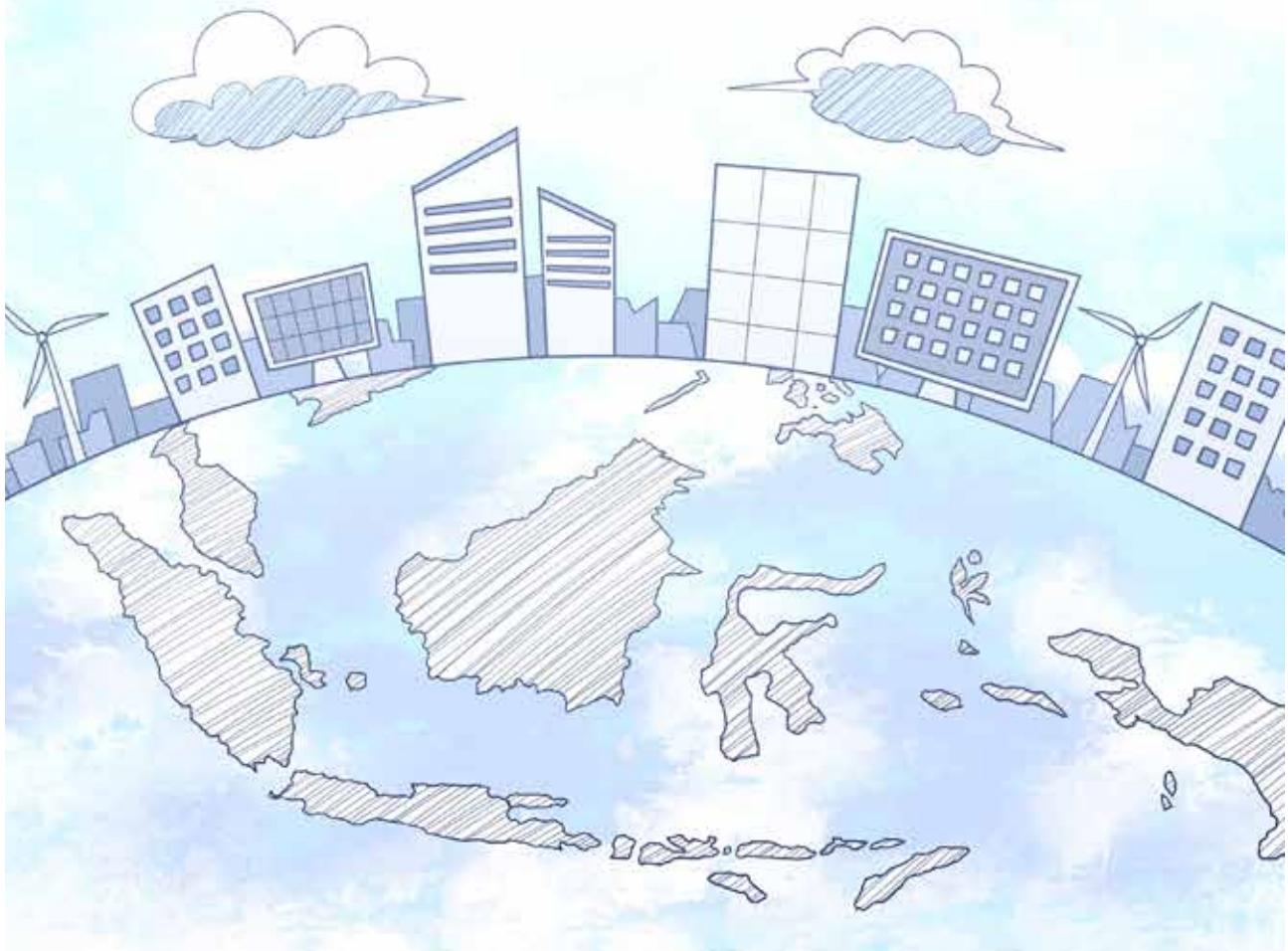


Deo-Toilet untuk kucing dan Deo-Sheet untuk anjing  
Deo-Toilet products for cats and Deo-Sheet for dogs

## TOPIK KUNCI 2

### KEY TOPIC 2 :

MENJAGA KESEJAHTERAAN MASYARAKAT  
SAFEGUARDING THE WELL-BEING OF SOCIETY



## TOPIK KUNCI 2 : MENJAGA KESEJAHTERAAN MASYARAKAT

KEY TOPIC 2 : SAFEGUARDING THE WELL-BEING OF SOCIETY

### Pendekatan dan Strategi Dasar Perseroan

Perseroan terus berupaya untuk meningkatkan keselamatan, keamanan, dan kepuasan pelanggan melalui produk dan layanan yang disediakannya. Untuk itu, sangatlah penting untuk membagikan filosofi kita terkait keselamatan dan lingkungan dengan pemasok kita dan membangun hubungan kerja sama dengan mereka melalui kolaborasi erat melalui komunikasi dua arah. Sepanjang rantai nilai, Perseroan bertujuan untuk memecahkan masalah sosial dan pada saat yang sama berkontribusi pada keberlanjutan.

### Isu Sosial Yang Diakui Berkontribusi Pada Realisasi SDGs



### The Company Basic Approach and Strategy

The Company is constantly striving to improve customer safety, security and satisfaction through the products and services it provides. To that end, it is essential to share the Company philosophy with regard to safety and environment with the Company suppliers and build a cooperative relationship with them through close-knit collaboration via two-way communication. Throughout the value chain, we aim to solve social issues and at the same time contribute to sustainability.

### Social Issues Recognized Contributing to the realization of the SDGs

#### DONASI PRODUK KEPADA WILAYAH TERDAMPAK BENCANA ALAM DI JAWA BARAT, KALIMANTAN DAN SULAWESI

PRODUCT DONATION TO NATURAL DISASTERS AFFECTED AREAS IN WEST JAVA, KALIMANTAN, SULAWESI

Sebagai bentuk komitmen Perseroan dalam berpartisipasi untuk tanggung jawab sosial dan respon terhadap kondisi para pengungsi, Perseroan mendonasikan lebih dari 700 karton produk popok bayi, pembalut wanita, popok dewasa dan tisu basah ke wilayah bencana seperti Sumedang, Kalimantan Selatan dan Sulawesi Barat. Perseroan menyadari bahwa produk produksi Perseroan menjadi salah satu kebutuhan bagi para pengungsi melihat dari aspek kesehatan, kebersihan dan kenyamanan serta diperlukan para korban saat berada di posko pengungsian terutama untuk bayi dan lansia.

As a form of the Company's commitment to participate in social responsibility and response to the conditions of the disaster victims, the Company donated more than 700 cartons of baby diapers, sanitary napkins, adult diapers and wet tissues to disaster areas such as Sumedang, South Kalimantan and West Sulawesi. The Company realized that the Company's products were one of the needs of the disaster victims from the aspect of health, hygiene and comfort as well as the needs of the victims while staying at the camp, especially infants and the elderly.



Kabupaten Mamuju Provinsi Sulawesi Barat Kecamatan Alalak, Kalimantan Selatan & Desa Cimanggung, Sumedang, Jawa Barat  
Mamuju Regency, West Sulawesi Province, Alalak District, South Kalimantan & Cimanggung Village, Sumedang, West Java



## **DONASI PRODUK KEPADA WILAYAH TERDAMPAK BANJIR SUBANG, KARAWANG, JAKARTA DAN KALIMANTAN SELATAN**

PRODUCT DONATION TO AREAS AFFECTED BY THE SUBANG, KARAWANG, JAKARTA, AND SOUTH KALIMANTAN FLOODS

Sebagai bentuk tanggung jawab dan perduli Perseroan terhadap masyarakat terdampak bencana. Perseroan mendonasikan produk popok bayi, pembalut wanita, popok dewasa, dan tisu basah ke wilayah-wilayah bencana di Subang, Karawang, Jakarta dan Kalimantan Selatan.

As a form of the Company's responsibility and care for the community affected by the disaster. The Company donated baby diapers, sanitary napkins, adult diapers, and wet wipes to disaster areas in Subang, Karawang, Jakarta and South Kalimantan.



## **DONASI PRODUK KEPADA WILAYAH TERDAMPAK BENCANA ERUPSI GUNUNG SEMERU**

PRODUCT DONATION TO AREAS AFFECTED BY THE ERUPTION OF MOUNT SEMERU

Donasi Produk kepada wilayah terdampak bencana erupsi gunung Semeru, Lumajang Jawa Timur. Adanya erupsi gunung berapi Semeru di wilayah Lumajang, mengakibatkan lebih dari 5.000 penduduk di kecamatan Candipuro, dan Kecamatan Pasirian, Pronojiwo dan lebih dari 4 kecamatan lain harus dievakuasi. Para pengungsinya tersebut tersebar di beberapa pusat evakuasi di Kabupaten Lumajang.

Product donation to areas affected by the eruption of Mount Semeru, Lumajang, East Java. The eruption of the Semeru volcano in the Lumajang area resulted in the evacuation of more than 5,000 residents in the Candipuro sub-district, the Pasirian Pronojiwo sub-districts and more than 4 other sub-districts. The victims were scattered in several evacuation centers in Lumajang Regency.

Sebagai bentuk komitmen Perseroan dalam berpartisipasi untuk tanggung jawab sosial dan respon terhadap kondisi para pengungsinya, Perseroan mendonasikan lebih dari 100 karton produk popok bayi, pembalut wanita CharmNap ke wilayah-wilayah bencana. Perseroan menyadari bahwa produk-produk Perseroan menjadi salah satu kebutuhan bagi para pengungsinya melihat dari aspek kesehatan, kebersihan dan kenyamanan serta diperlukan para korban saat berada di posko pengungsian terutama untuk bayi dan wanita dan lansia.

As a form of the Company's commitment to participating in social responsibility and responding to the conditions of the victims, the Company donated more than 100 cartons of baby diapers, sanitary napkins CharmNap products to disaster areas. The Company realized that the company's products were one of the needs of the refugees from the aspect of health, hygiene and comfort as well as the needs of the victims while staying at the camps, especially infants, women and the elderly.



Lumajang, Jawa Timur  
Lumajang, East Java



## DONASI PRODUK DAN BAHAN PANGAN POKOK KEPADA MASYARAKAT YANG SEDANG ISOLASI MANDIRI

DONATION OF PRODUCT AND STAPLE FOODS TO PEOPLE WHO ARE SELF-ISOLATING

Donasi produk dan bahan pangan pokok kepada masyarakat yang sedang Isolasi mandiri akibat COVID-19 di Karawang Jawa Barat. Meningkatnya jumlah masyarakat yang terpapar COVID-19 di Kabupaten Karawang berdampak pada semakin bertambahnya pasien yang melakukan Isolasi Mandiri (Isoman). Namun dengan adanya PPKM level 4 yang membatasi mobilitas masyarakat, sehingga kebutuhan pokok seperti sembako sulit didapatkan. Disamping itu, keterbatasan jumlah fasyankes dan nakes mengakibatkan sulitnya memberikan pelayanan maksimal untuk masyarakat.

Jumlah kasus positif yang terus bertambah membuat banyak Rumah Sakit tidak lagi mampu menampung pasien, sehingga sebagian pasien terpaksa harus melakukan ISOMAN (isolasi mandiri) di rumah. Melihat kondisi tersebut, Perseroan yang memiliki 2 pabrik di Kabupaten Karawang memiliki tanggung jawab untuk membantu pemerintah dalam menangani pasien COVID-19.



Karawang, Jawa Barat  
Karawang, West Java

Donation of Product and staple foods to people who are self-isolating due to COVID-19 in Karawang, West Java. The increasing number of people exposed to COVID-19 in Karawang Regency had an impact on the increasing number of patients who carried out self isolation. However, with the PPKM level 4 which limited people's mobility, basic needs such as basic necessities were difficult to obtain. In addition, the limited number of health facilities and health workers made it difficult to provide maximum service to the people.

The number of positive cases that continued to grow made many hospitals no longer able to accommodate patients, so some patients were forced to do self-isolation at home. Seeing these conditions, the Company, which has 2 factories in Karawang Regency, has the responsibility to assist the government in dealing with COVID-19 patients.



## DONASI PRODUK UNTUK PANTI ASUHAN

PRODUCT DONATION FOR ORPHANAGE

Donasi Produk untuk Panti Asuhan, Jakarta. Dalam rangka menyambut 24 tahun Perseroan berdiri, setelah pelaksanaan upacara penghargaan masa bakti. Kunjungan kali ini adalah yang ke 18 kalinya, dimana karena masih dalam kondisi COVID-19 seperti tahun lalu, perwakilan Perseroan yang berkunjung kali ini jumlahnya dibatasi dan hanya dihadiri oleh beberapa orang perwakilan dari Perseroan.

Hal ini merupakan satu bentuk kegiatan yang sejalan dengan elemen "aktivitas perusahaan di dalam kontribusi sosial" pada slogan perusahaan Ethical Living for SDGs, di dalam upaya penyelesaian isu sosial melalui aktivitas bisnis berupa produk dan pelayanan.



Jakarta  
Jakarta

Product Donation for Orphanage, Jakarta. In order to welcome the 24th anniversary of the Company being established, after the service award ceremony was held. This visit was 18 times this time, where due to the COVID-19 condition as last year, the Company representatives who visited this time were limited and only attended by a few representatives from the Company.

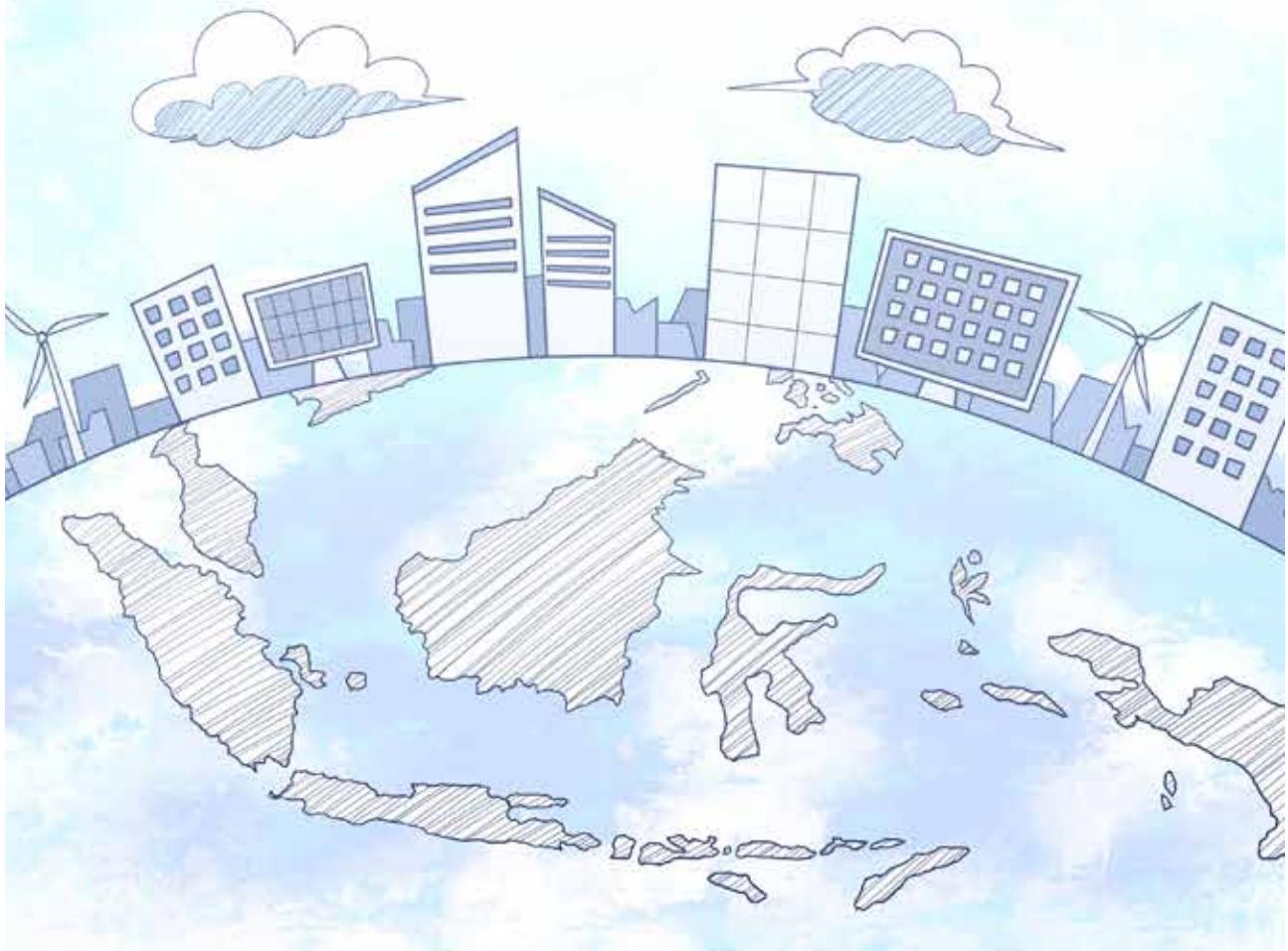
This is a form of activity that is in line with the element "company activities in social contribution" in the company's slogan Living Ethically for the SDGs, solving social problems through activities in the form of products and services.



## TOPIK KUNCI 3

### KEY TOPIC 3 :

MENJAGA KESEJAHTERAAN PLANET KITA  
SAFEGUARDING THE WELL-BEING OF OUR PLANET



## TOPIK KUNCI 3 : MENJAGA KESEJAHTERAAN PLANET KITA

KEY TOPIC 3 : SAFEGUARDING THE WELL-BEING OF OUR PLANET

### Pendekatan dan Strategi Dasar Perseroan

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

### Isu Sosial Yang Diakui Berkontribusi Pada Realisasi SDGs



### GERAKAN SATU JUTA POHON

A MILLION TREES ACTION

Gerakan Satu Juta Pohon diperlakukan setiap tanggal 10 Januari, sebagai salah satu upaya penyelamatan hutan dan pelestarian lingkungan. Dalam rangka memperingati hari sejuta pohon sedunia, Perseroan menyerahkan 1.500 pohon bambu kepada program konservasi daerah aliran sungai di provinsi Jawa Barat "Citarum Harum" melalui Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Karawang.

Adapun tujuan Perseroan menyelenggarakan program penanaman pohon bersama tim Satgas dan Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan Kabupaten Karawang" adalah sebagai salah satu bentuk dukungan Perseroan terhadap program SDGs (Sustainable Development Goals), juga sebagai inisiatif Perseroan dalam mendukung program pemerintah, khususnya di Provinsi Jawa Barat dalam memulihkan lahan kritis di sekitar Sungai Citarum.

### The Company Basic Approach and Strategy

Addressing global environmental issues is becoming extremely pressing and companies are playing an increasingly important role in reducing the burden on the environment and making a sustainable society a reality. The Company recognizes that protecting and supporting the global environment is one of its most important issues. To contribute to activities that improve the global environment, we aim both to provide hygienic and convenient products and services such as the creation of a recycling model that covers the entire product life cycle through a recycling system for used disposable diapers and to introduce renewable power.

### Social Issues Recognized Contributing to the realization of the SDGs

The One Million Tree Campaign is commemorated every January 10 as one of the efforts to save the forests and preserve the environment. In commemoration of the world million tree day, the Company handed over 1,500 bamboo trees to the watershed conservation program in West Java province "Citarum Harum" through the Karawang Regency Environmental Service.

The purpose of the Company in organizing a tree planting program with the Task Force team and the Department of Environment and Hygiene in Karawang Regency" is as a form of the Company's support for the SDGs (Sustainable Development Goals) program, as well as a company initiative to support government programs, particularly in West Java Province in restoring critical land around the Citarum.



Desa Kaceot Tunggak Jati , sekitar wilayah Rengasdengklok Karawang Jawa Barat  
Kaceot Tunggak Jati village, around the Rengasdengklok area, Karawang, West Java



## ■ PELUNCURAN PRODUK RAMAH LINGKUNGAN PEMBALUT WANITA CHARM DAN MASKER PROTECT POLLUTION

### LAUNCH OF ECO-FRIENDLY CHARM SANITARY NAPKINS AND PROTECT POLLUTION MASKS

Menyambut Hari Lingkungan Hidup Sedunia yang jatuh pada tanggal 5 Juni 2021, Perseroan meluncurkan Masker PROTECT POLLUTION dan Pembalut wanita CHARM dalam kemasan kertas edisi terbatas. Kemasan kertas ini menggunakan 100% kertas daur ulang, menjadi kemasan kertas yang ramah lingkungan. Dengan diluncurkannya produk kemasan kertas Charm and Protect Pollution edisi terbatas, Perseroan menjadi entitas anak pertama di Grup Unicharm yang menggunakan kemasan kertas menggunakan 100% kertas daur ulang.

Isu lingkungan saat ini tengah menjadi persoalan yang mendapat banyak perhatian dari berbagai negara di dunia. Indonesia menjadi salah satu negara yang memiliki sederet masalah lingkungan yang perlu mendapat perhatian khusus. Menurut catatan Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP), Indonesia ), Indonesia menempati urutan kedua penyumbang sampah plastik ke laut terbesar di dunia, dan volume sampah plastik di Indonesia bisa mencapai 64 juta ton setiap tahunnya.

Perseroan berharap dengan membuat kemasan kertas pada produk pembalut "Charm" dan masker " Protect Pollution", kami dapat turut serta berkontribusi dalam upaya pemerintah indonesia untuk mengurangi jumlah sampah plastik yang sulit diurai oleh alam. Peluncuran produk dalam kemasan kertas ini akan menjadi komitmen kami sebagai brand No. 1 Indonesia dan upaya nyata dalam melaksanakan Ethical Living for SDGs untuk menciptakan lingkungan yang berkelanjutan.

Welcoming World Environment Day on June 5, 2021, the Company launched PROTECT POLLUTION Masks and CHARM sanitary napkins in limited edition paper packaging. This paper packaging uses 100% recycled paper and is an environmentally friendly paper packaging. With the launch of the limited edition Charm and Protect Pollution paper packaging products, the Company became the first subsidiary in the Unicharm Group to use paper packaging using 100% recycled paper.

Environmental Issue has become a main concern throughout various country in the globe. Indonesia is one of a country which has several environmental issue that needs special attention. According to notes from Marine and Fisheries Ministry, Indonesia is placed second as the biggest contributor of plastic waste on the ocean, and plastic waste volume in Indonesia can reached to 64 million tonnage every year.

The Company hopes with the creation of paper packaging for pads "Charm" and Mask products "Protect Pollution", we may participate and contribute to the Indonesian government's efforts to reduce the amount of plastic waste that is difficult to decompose by nature. The launch of this product in paper packaging will be our commitment as the No. 1 Indonesia and real efforts in implementing Ethical Living for SDGs to create a sustainable environment.



## ■ PENGOLAHAN SAMPAH ORGANIK MENGGUNAKAN LARVA BLACK SOLDIER FLY (MAGGOT)

### PROCESSING ORGANIC WASTE USING BLACK SOLDIER FLY (MAGGOT) LARVAE

Dalam tumpukan sampah di Indonesia, selain sampah organik, tercampur juga sampah popok sekali pakai, dengan mengacu pada contoh pengolahan sampah organik menggunakan larva Black Soldier Fly (Maggot), Perseroan telah melakukan verifikasi bahwa sampah popok sekali pakai (pulp) dapat dikurangi, dengan membuat larva tersebut memakan popok sekali pakai (pulp) yang disakarifikasi menggunakan selulase (enzim). Profesor Ishibashi dari Universitas Prefektur Kumamoto telah mendukung laporan ini, bahwa "Maggot dapat memakan Pulp yang diolah dengan Selulosa, memilah bagian Plastik (non woven, polimer dll.) dan kotoran Maggot dan dapat didaur ulang".

In piles of garbage in Indonesia, in addition to organic waste, disposable diapers are also mixed, with reference to the example of processing organic waste using Black Soldier Fly (Maggot) larvae, the Company has verified that disposable diaper waste (pulp) can be reduced, by making the larvae feed on disposable diapers (pulp) which is saccharified using cellulase (enzyme). Professor Ishibashi from Kumamoto Prefectural University has supported this report, that "Maggot can eat Pulp treated with Cellulose, sort Plastic parts (non-woven, polymer etc.) and Maggot impurities and can be recycled".

Untuk mewujudkan daur ulang popok sekali pakai di Indonesia, Perseroan menganggap bahwa tidak hanya pembuktian eksperimen menggunakan Maggot ini saja namun diperlukan juga penetrasi pemisahan sampah yang dihasilkan dari rumah-rumah, oleh karena itu perusahaan memulai upaya ini sebagai solusi masalah sampah. Upaya ini akan menjadi serangkaian upaya untuk menambah solusi dalam rangka penyelesaian masalah sampah di Indonesia. Walaupun tidak dapat menyelesaikan semuanya, Perseroan akan coba mengadopsi Best Practice yang diterapkan di dunia dan percaya bahwa upaya ini sejalan dengan konsep yang diperkenalkan oleh Ethical Living for SDGs.

## SERTIFIKAT PROPER PROPER CERTIFICATE

PROPER adalah singkatan dari Program Penilaian Peringkat Kinerja, yaitu program penilaian terhadap upaya Perseroan di dalam bidang lingkungan yang dikembangkan oleh Kementerian Lingkungan Hidup pada tahun 1995. Program ini bertujuan untuk memotivasi perbaikan performa pelestarian lingkungan bagi pelaku industri, dengan menilai dan menginformasikan kepatuhan dan keberhasilan upaya perusahaan dalam hal pelestarian dan manajemen lingkungan ke publik.

Pabrik ketiga Perseroan yang terletak di Ngoro, Kabupaten Mojokerto Provinsi Jawa Timur berhasil meraih level biru pada sertifikasi PROPER yang diadakan oleh Kementerian Lingkungan Hidup pada Desember 2021. Pabrik ketiga Perseroan diakui sebagai pabrik yang menaati seluruh peraturan lingkungan hidup yang ditetapkan oleh Pemerintah Negara Republik Indonesia, dan turut berkontribusi pada upaya pelestarian lingkungan.

To realize the recycling of disposable diapers in Indonesia, the Company considers that it is not only experimental proof using Maggot, but also penetration of the separation of waste generated from homes, therefore the company started this effort as a solution to the waste problem. This effort will be a series of efforts to add solutions in the context of solving the waste problem in Indonesia. Although it cannot solve everything, the Company will try to adopt the Best Practices applied in the world and believe that this effort is in line with the concept introduced by Ethical Living for SDGs.

PROPER is an abbreviation of Performance Rating Assessment Program, which is an assessment program for company's efforts in the environmental field developed by the Ministry of Environment in 1995. This program aims to motivate the improvement of environmental conservation performance for industry players, by assessing and informing compliance and success of efforts companies in terms of environmental conservation and management to the public.

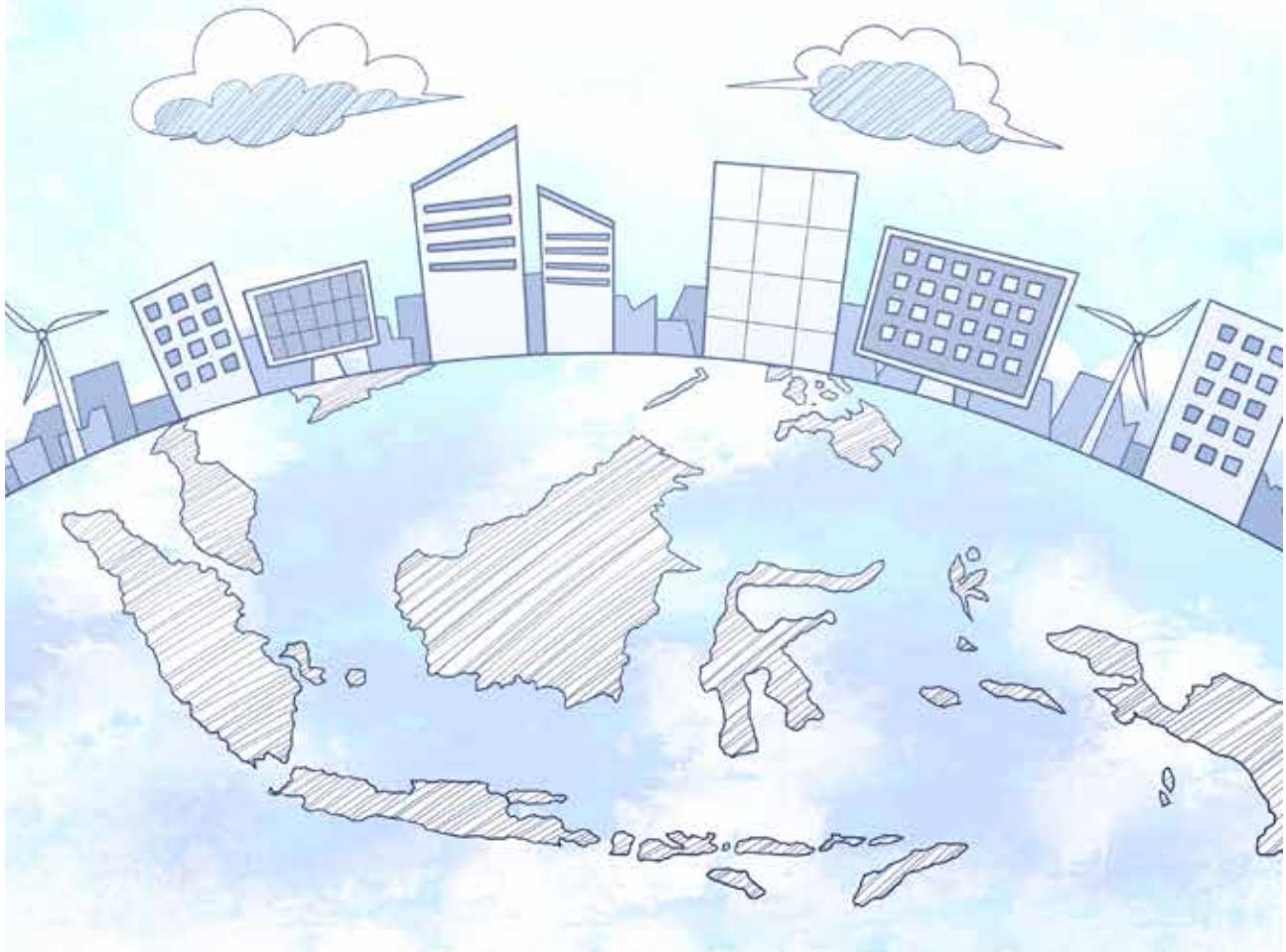
East Java Factory, located in Ngoro, Mojokerto Regency, East Java Province, won the blue level in the PROPER certification held by the Ministry of Environment in December 2021. East Java Factory is recognized as a factory that complies with all environmental regulations set by the Government of the State of Indonesia, and contributes to environmental conservation efforts.



## TOPIK KUNCI 4

### KEY TOPIC 4 :

PRINSIP PERSEROAN  
THE COMPANY PRINCIPLES



## TOPIK KUNCI 4 : PRINSIP PERSEROAN

KEY TOPIC 4 : THE COMPANY PRINCIPLES

### Pendekatan dan Strategi Dasar Perseroan

Perseroan akan mengupayakan kolaborasi yang tepat dengan para pemangku kepentingannya dan bertujuan untuk menjadi perusahaan yang adil dan sangat transparan yang dianggap baik dan dipercaya oleh masyarakat. Perseroan percaya bahwa melakukannya dalam upaya untuk mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan dan penciptaan nilai perusahaan dalam jangka menengah hingga panjang akan mengarah pada "manajemen perusahaan yang sehat" melalui "pengejarian manajemen yang tepat yang secara kolektif mencapai pertumbuhan dan perkembangan perusahaan, rekanan' kesejahteraan dan pemenuhan tanggung jawab sosial" sebagaimana tercantum dalam cita-cita Perseroan. Selain itu, Perseroan memiliki tujuan untuk menciptakan lingkungan di mana kebahagiaan bagi setiap karyawan dapat diwujudkan melalui promosi manajemen keragaman dan pengembangan sumber daya manusia.

The Company will strive for appropriate collaboration with its stakeholders and aim to be a fair and highly transparent company that is well-regarded and trusted by society. We believe that doing so in an effort to achieve sustainable growth and creation of corporate value over the medium- to long-term will lead to "sound corporate management" through the "pursuit of proper management which collectively accomplishes corporate growth and development, associates' well-being and fulfillment of social responsibilities" as stated in the Company corporate ideals. In addition, we aim to create an environment in which happiness for each employee can be made a reality through the promotion of diversity management and human resource development.

### Isu Sosial Yang Diakui Berkontribusi Pada Realisasi SDGs

### Social Issues Recognized Contributing to the realization of the SDGs



### MENGEMBANGKAN PERSONEL RESONANSI : PROGRAM PENGEMBANGAN BERBASIS "THE UNICHARM WAY"

DEVELOPING RESONANT PERSONNEL : A DEVELOPMENT PROGRAM BASED ON "THE UNICHARM WAY"

#### Latar Belakang Inisiatif

Sebagai perusahaan yang mengimplementasikan prinsip-prinsip SDG, adalah penting bagi Perseroan untuk menyediakan karyawan Perseroan dengan kesempatan untuk mengembangkan diri melalui kegiatan usaha mereka sehari-hari. Perseroan bekerja untuk menciptakan sebuah lingkungan dan sistem yang di mana Perseroan menghargai kemanusiaan setiap karyawan Perseroan, membuka potensi diri mereka, dan mengembangkan mereka menjadi "personil yang beresonansi" yang mampu berkontribusi dalam merealisasikan masyarakat kohesif melalui kegiatan sehari-hari mereka. Saat ini, ada kira-kira 2.452 karyawan. Pentingnya membagikan perspektif, cara berpikir, dan cara bertindak Perseroan yang unik sudah meningkat sambil menghormati budaya dan adat istiadat setempat.

#### Background of Initiatives

As the Company whose businesses are really implement the principles of SDGs in themselves, it is important to provide employees with opportunities for growth through their daily business activities. We work to create an environment and system in which we respect the humanity of each employee, awaken their hidden potential and develop them to be the "resonant personnel" who can contribute to the "realization of cohesive society" through their daily activities. Currently, the approximately 2,452 employees. The importance of sharing the Company unique "perspectives, way of thinking and way of acting" has increased while respecting the local culture and customs.

## Status Kegiatan

Perseroan mempromosikan pengembangan "personel yang beresonansi" dengan mempraktikkan model manajemen terpadu, "Manajemen dengan Resonansi," oleh semua karyawan. Tiga inisiatif berikut secara khusus memiliki ciri-ciri yang signifikan.

(1) <b>Tabel Tujuan, Sasaran, Isu, Strategi, Tindakan, Rencana Aksi (OGISM (A))</b> Objectives, Goals, Issues, Strategies, Measures, Action plan (OGISM (A)) table	Kerangka strategis yang dikonsolidasikan ke dalam satu tabel digunakan untuk merumuskan rencana yang terdiri dari Target yang akan dicapai dalam periode tersebut (Tujuan) → Tujuan numerik → Isu → Strategi → Kriteria penilaian (Measures) → Rencana Tindakan. A strategic framework consolidated into a single table is used to formulate a plan which consists of Targets to be achieved within the period (Objectives) → Numerical goals → Issues → Strategies → Judgment criteria (Measures) → Action Plan.
(2) <b>Metode Lingkar Amati, Orientasi, Keputusan, Tindakan (OODA)</b> Observe, Orienting, Decision, Action (OODA) Loop method	Mengkonsolidasikan metode perencanaan tabel OGISM(A) ke dalam daftar pada rotasi mingguan dengan struktur Amati → Orientasi → Putuskan → Bertindak. Consolidates the OGISM(A) table planning method into a list on a weekly rotation with the structure Observe → Orient → Decide → Act.
(3) <b>The Unicharm Way</b> The Unicharm Way	Hal ini mencakup 10 komponen seperti "Unicharm Terminology" yang merangkum "perspektif, cara berpikir dan cara bertindak" Perseroan dan lain-lain. Ini telah diterjemahkan ke dalam bahasa masing-masing negara dan digunakan oleh semua karyawan. Hal ini sudah menjadi aplikasi pada Februari 2021 dalam Bahasa Inggris & Jepang, dan akan tersedia dalam bahasa lokal pada tahun 2022. Includes 10 components such as "Unicharm Terminology" that summarizes our "perspectives, ways of thinking and ways of acting" and others. It has been translated into each country's language and is used by all employees. It was turned into an app in February 2021 in English & Japanese, thus would be provided in local languages in 2022.

Untuk memastikan kegiatan usaha Perseroan berjalan dengan lancar, diperlukan juga adanya sumber daya manusia yang memadai, dalam arti, tenaga kerja yang kompeten dan terampil dalam bidang pekerjaannya. Demi menjamin tenaga kerja berkualitas dapat terbarukan, Perseroan melaksanakan program Global 30 pada Desember tahun 2021 dan pada bulan Februari sampai dengan Maret tahun 2022. Program ini merupakan program pengembangan kompetensi personel di usia 30-an yang dilakukan perseroan guna meningkatkan pengetahuan, keterampilan dan kemampuan mereka untuk mendukung Perseroan sebagai pemimpin masa depan. Pelatihan ini dilakukan dengan mendalamkan 3 DNA BOP Ship, yang adalah; Best practice-ship yaitu mencari dan mengumpulkan cara terbaik dari berbagai sumber terbaik dan menerapkannya ke dalam pekerjaan sehari-hari, Ownership yaitu melakukan penyelesaian secara fokus untuk menerobos kesulitan secara mandiri, dan Partnership yaitu bekerja sama dengan memikirkan kepentingan orang lain, tidak hanya kepentingan diri sendiri. Pelatihan ini juga dilengkapi dengan pemahaman pada konsep OODA (observe–orient–decide–act) Loop dan OGISM (A) (Objective, Goals, Strategies, and Measures).

## ■ REFORMASI GAYA KERJA DENGAN "UNICHARM WAY" = MEREFORMASI KEPUASAN KERJA

UNICHARM-WAY WORK-STYLE REFORM = REFORMING JOB SATISFACTION

### Latar Belakang Inisiatif

Perseroan percaya bahwa pengembangan sumber daya manusia sangat diperlukan untuk menyediakan produk dan layanan untuk mewujudkan masyarakat yang kohesif di mana semua konsumen, dari balita sampai manula, dapat menghabiskan hidup mereka dengan cara yang mereka inginkan. Perseroan berusaha untuk menciptakan lingkungan di mana karyawan dapat merasa dihargai dengan mendukung pertumbuhan mereka sambil tetap berada di sisi setiap karyawan.

## Status of activities

The Company promoting the development of "resonant personnel" by practicing the unified management model, "Management with Resonance," by all employees. The following three initiatives in particular have significant features.

To ensure that the Company's business activities run smoothly, it is also necessary to have adequate human resources, in the sense of competent and skilled workers in their fields of work. In order to ensure that a qualified workforce can be renewed, the Company implemented the Global 30 program in December 2021 and from February to March 2022. This program is a competency development program for personnel in their 30s carried out by the company to improve their knowledge, skills and abilities to support the Company as a future leader. This training is carried out by deepening 3 BOP Ship DNA, which are; Best practice-ship is finding and collecting the best ways from the best sources and applying it to their daily work, Ownership is doing focused solutions to break through difficulties independently, and Partnership is working together by thinking about the interests of others, not only self-interest alone. This training is also equipped with an understanding of the concepts of OODA (observe–orient–decide–act) Loop and OGISM (A) (Objective, Goals, Strategies, and Measures).

### Background of Initiatives

The Company believe that development of human resources is indispensable to providing products and services that bring about a cohesive society in which all consumers, from newborn infants to the elderly, can spend their lives in the way they so wish forever and ever. We strive to create an environment where employees can feel rewarded by supporting their growth while staying by the side of each and every employee.

**KEBIJAKAN DASAR UNTUK MANAJEMEN TALENTA**  
Basic policy for talent management

Perseroan 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, Indonesia maupun di luar negeri.

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

Perseroan 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 menyelesaiannya 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.

The Company 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, Indonesian and abroad.

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

The Company 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.

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, 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. Perlakuan yang 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 mematuhiinya.

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.

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 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

Terkait dengan remunerasi pegawai tetap di tingkat terendah terhadap upah minimum adalah sebesar 110% (berdasarkan UMK Karawang vs Gaji Minimum di Perseroan).

In relation to the remuneration of permanent employees at the lowest level, the minimum wage is 110% (Based UMK Karawang vs. Minimum Salary at the Company).

## AKSI UNTUK PENDIDIKAN SUMBER DAYA MANUSIA RESONANSI

Action for Resonance human resource education

Untuk jumlah jam pelatihan pada tahun 2021 adalah sebanyak 548 jam dimana mengalami kenaikan sebesar 114% dengan tahun 2020 dimana jumlah jam pelatihan secara kumulatif sebesar 256 jam. Berikut tabel pelatihan karyawan selama tahun 2021 :

The number of training hours in 2021 is 548 hours, which is an increase of 114% compared to 2020 where the cumulative number of training hours is 256 hours. The following is the employee training table for 2021:

**Tabel Pelatihan Karyawan Selama Tahun 2021**  
Employees Training Table During 2021

No.	Materi Subject	Objektif Pelatihan Training Objective	Partisipan Trainee	Tanggal Training Date of Training
1.	Profil Perusahaan, Peraturan BPJS, Regulasi ISO, Kebijakan Perusahaan (PP/PKB), Pengenalan Personalia, Pengenalan Asuransi, Salam & Tata Cara, Pelayanan pelanggan, Kebijakan IT & Distribusi Alat, Pelatihan Halal, PEFC, DBSO, Pengetahuan Produk Pemasaran Company Profile, BPJS Regulation, ISO Regulation, Company Policy (PP/PKB), Personalia Introduction, Insurance Introduction, Greeting & Manner, Customer Service, IT Policy & Tools Distribution, Halal Training, PEFC, DBSO, Marketing Product Knowledge	Pelatihan Orientasi Karyawan Baru Onboarding Training New Employee	48 Peserta 48 Participants	11 Januari 2021 January 11, 2021
2.	Program Edukasi Penjualan Sales Education Program	Trainee Manajemen Untuk Penjualan Management Trainee For Sales	8 Peserta 8 Participants	1 Feb 2021 - 31 Jan 2022 Feb 1, 2021 - Jan 31, 2022
3.	Peringkat Kompetensi Berdasarkan Level P3 Comptency Rank By Level P3	Pelatihan Wajib Dari HQ Untuk Karyawan Di Setiap Grade / Level Training Mandatory From HQ For All Employee In Each Grade / Level	Semua 13 Peserta 13 Participants	24 Februari 2021 February 24, 2021
4.	Peringkat Kompetensi Berdasarkan Level P1 Comptency Rank By Level P1	Pelatihan Wajib Dari HQ Untuk Karyawan Di Setiap Grade / Level Training Mandatory From HQ For All Employee In Each Grade / Level	Semua 10 Peserta 10 Participants	10 Maret 2021 March 10, 2021
5.	Peringkat Kompetensi Berdasarkan Level L4 Comptency Rank By Level L4	Pelatihan Wajib Dari HQ Untuk Karyawan Di Setiap Grade / Level Training Mandatory From HQ For All Employee In Each Grade / Level	Semua 7 Peserta 7 Participants	8 April 2021 April 8, 2021
6.	Perkenalan Profil Perusahaan Personalia Distribusi IT Policy & Tools Company Profile Personalia Introduction IT Policy & Tools distribution	Perkenalkan Untuk Anggota Kontrak Tentang Profil & Aturan Perusahaan Introduce For Contract Member About Company Profile & Rules	6 Peserta 6 Participants	12 April 2021 April 12, 2021
7.	Profil Perusahaan, Peraturan BPJS, Regulasi ISO, Kebijakan Perusahaan (PP/PKB), Pengenalan Personalia, Pengenalan Asuransi, Salam & Tata Cara, Pelayanan pelanggan, Kebijakan IT & Distribusi Alat, Pelatihan Halal, PEFC, DBSO, Pengetahuan Produk Pemasaran Company Profile, BPJS Regulation, ISO Regulation, Company Policy (PP/PKB), Personalia Introduction, Insurance Introduction, Greeting & Manner, Customer Service, IT Policy & Tools Distribution, Halal Training, PEFC, DBSO, Marketing Product Knowledge	Pelatihan Orientasi Karyawan Baru Onboarding Training New Employee	18 Peserta 18 Participants	31 Mei & 2 Juni 2021 May 31 & June 2, 2021
8.	Peringkat Kompetensi 3 Berdasarkan Level P1-P2 Comptency Rank 3 By Level P1-P2	Pelatihan Wajib Dari HQ Untuk Semua Karyawan Di Setiap Grade / Level Training Mandatory From HQ For All Employee In Each Grade / Level	9 Peserta 9 Participants	30 Juni 2021 June 30, 2021

**Tabel Pelatihan Karyawan Selama Tahun 2021**

Employees Training Table During 2021

No.	Materi Subject	Objektif Pelatihan Training Objective	Partisipan Trainee	Tanggal Training Date of Training
9.	Peringkat Kompetensi 4 Berdasarkan Level P3-P4 Competency Rank 4 By Level P3-P4	Pelatihan Wajib Dari HQ Untuk Semua Karyawan Di Setiap Grade / Level Training Mandatory From HQ For All Employee In Each Grade / Level	11 Peserta 11 Participants	31 Agustus 2021 August 31, 2021
10.	Peringkat Kompetensi 3 Berdasarkan Level P1-P2 Competency Rank 3 By Level P1-P2	Pelatihan Wajib Dari HQ Untuk Semua Karyawan Di Setiap Grade / Level Training Mandatory From HQ For All Employee In Each Grade / Level	16 Peserta 16 Participants	30 September 2021 September 30, 2021
11.	Peringkat Kompetensi 4 Berdasarkan Level P3-P4 Competency Rank 4 By Level P3-P4	Pelatihan Wajib Dari HQ Untuk Semua Karyawan Di Setiap Grade / Level Training Mandatory From HQ For All Employee In Each Grade / Level	16 Peserta 16 Participants	28-29 Oktober 2021 October 28-29, 2021
12.	Peringkat Kompetensi 3 Berdasarkan Level P1-P2 Competency Rank 3 By Level P1-P2	Pelatihan Wajib Dari HQ Untuk Semua Karyawan Di Setiap Grade / Level Training Mandatory From HQ For All Employee In Each Grade / Level	10 Peserta 10 Participants	25 November 2021 November 25, 2021
13.	Peringkat Kompetensi 3 Berdasarkan Level P1-P2 Competency Rank 3 By Level P1-P2	Pelatihan Wajib Dari HQ Untuk Semua Karyawan Di Setiap Grade / Level Training Mandatory From HQ For All Employee In Each Grade / Level	8 Peserta 8 Participants	27 Juli 2021 July 27, 2021
14.	Profil Perusahaan, Peraturan BPJS, Regulasi ISO, Kebijakan Perusahaan (PP/PKB), Pengenalan Personalia, Pengenalan Asuransi, Salam & Tata Cara, Pelayanan pelanggan, Kebijakan IT & Distribusi Alat, Pelatihan Halal, PEFC, DBSO, Pengetahuan Produk Pemasaran Company Profile, BPJS Regulation, ISO Regulation, Company Policy (PP/PKB), Personalia Introduction, Insurance Introduction, Greeting & Manner, Customer Service, IT Policy & Tools Distribution, Halal Training, PEFC, DBSO, Marketing Product Knowledge	Pelatihan Orientasi Karyawan Baru Onboarding Training New Employee	34 Peserta 34 Participants	Semester kedua 2021 Second semester 2021
15.	Global 30 – Program pengembangan bakat pemimpin masa depan / Future leader talent development program Stage 1&2 : Fundamental UC Way BOP-Ship, OGISM	Mengembangkan kompetensi personel Perseroan dengan 3 DNA – BOP Ship, OODA Loop dan OGISM(A) di usia 30-an dengan meningkatkan pengetahuan, keterampilan dan kemampuan untuk mendukung mereka sebagai pemimpin generasi berikutnya. Develop the Company personnel competencies with 3 DNA's – BOP Ship, OODA Loop and OGISM(A) in their 30s of age by enhancing knowledge, skill and ability to support them as the next generation leader.	46 Peserta 46 participants	3 Des 2021 - 10 Des 2021 3 Des 2021 - 10 Dec 2021

## **EVALUASI K3**

### OCCUPATIONAL SAFETY AND HEALTH EVALUATION

Kinerja keselamatan kerja Perseroan memiliki hasil yang baik. Perseroan menerapkan sistem keselamatan kerja dengan standar yang telah ditentukan dan diawasi dengan ketat. Berikut ini adalah data terkait dengan kecelakaan kerja pada tahun 2019 – 2021.

- 2019 : 5 kasus (Minor 5 case, Major 0 case)
- 2020 : 1 kasus (Minor 1 case, Major 0 case)
- 2021 : 1 kasus (Minor 1 case, Major 0 case)

Adapun agar tidak terulang kembali untuk kasus kecelakaan kerja, Perseroan terus menggalakan tentang safety di Perseroan. Dimana untuk kegiatan safety tersebut bertujuan agar karyawan lebih memiliki kesadaran terkait bagaimana bekerja dengan aman pada saat bekerja.

Perseroan memastikan untuk lingkungan kerja yang sehat dengan menerapkan 3 pilar integritas bisnis melalui : Pencegahan, Deteksi & Respon. 3 hal tersebut secara bersinergi dan berkesinambungan memastikan untuk lingkungan kerja yang sehat di Perseroan yang juga menunjung tinggi intensitas kerja.

Perseroan juga sangat berkomitmen terhadap kesehatan karyawan terutama pada saat pandemi COVID-19 ini dengan melaksanakan protokol kesehatan secara ketat diantara lain menerapkan 5M (Memakai Masker, Mencuci Tangan, Menjaga Jarak, Menjauhi Kerumunan, Mengurangi Mobilitas) baik itu di pabrik maupun di area perkantoran.

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

#### **Turnover Karyawan**

Berikut ini adalah data turnover karyawan yang terjadi pada tahun 2019 – 2021:

- 2019 : 4,3% (98 karyawan dari total karyawan 2.282 karyawan)
- 2020 : 3,0% (73 karyawan dari total karyawan 2.402 karyawan)
- 2021 : 3,4% (84 karyawan dari total karyawan 2.452 karyawan)

Untuk turnover yang ada di Perseroan selama 3 tahun kebelakang sangat kecil (rasio turnover di bawah 10%). Perseroan senantiasa meningkatkan company awareness kepada setiap karyawan agar lebih menumbuhkan rasa ownership sehingga karyawan bisa bertahan di Perseroan, disamping tetap melakukan review agar benefit di Perseroan tetap kompetitif dengan perusahaan lain.

The Company's work safety performance has good results. The Company implements a work safety system with predetermined standards and is closely monitored. The following is data related to work accidents in 2019-2021.

- 2019 : 5 cases (Minor 5 cases, Major 0 cases)
- 2020 : 1 case (Minor 1 case, Major 0 case)
- 2021 : 1 case (Minor 1 case, Major 0 case)

In order not to repeat work accidents, the Company continues to promote safety in the company. Where in these safety awareness activities it is intended that employees would be more aware regarding how to work safely.

The Company ensures a healthy work environment by implementing 3 pillars of business integrity through: Prevention, Detection & Response. These 3 pillars synergize and sustainably ensure a healthy work environment at the Company which also upholds work intensity.

The Company is also very committed to the health of its employees, especially during the COVID-19 pandemic by implementing strict health protocols, including implementing 5M (Wearing a Mask, Washing Hands, Keeping Distance, Avoiding Crowds, Reducing Mobility) both in factories and in office areas.

The Company continues to be committed to reducing the number of work accidents by evaluating and reviewing any work accidents, so that the Company can create a safe and comfortable working atmosphere.

#### **Employee Turnover**

The following is employee turnover data that occurred in 2019 – 2021:

- 2019 : 4.3% (98 employees out of a total of 2,282 employees)
- 2020 : 3.0% (73 employees out of a total of 2,402 employees)
- 2021 : 3.4% (84 employees out of a total of 2,452 employees)

The turnover at the Company for the past 3 years is very small (turnover ratio below 10%). The Company continues to increase company awareness to every employee in order to further foster a sense of belonging so that employees can stay at the Company , in addition to continuing to review so that the benefits at the Company remain competitive with other companies.

### **Tenaga Kerja Anak dan Tenaga Kerja Paksa**

Mengacu pada peraturan pemerintah tentang tenaga kerja, Perseroan berkomitmen untuk tidak melakukan tindakan tidak manusiawi dalam mempekerjakan pekerja anak dan menerapkan kerja paksa pada karyawannya.

### **Kesetaraan Tempat Bekerja**

Perseroan menjamin proses rekrutmen terhadap seluruh karyawan dari semua jenjang telah dilakukan secara transparan dan adil dan didasarkan pada kualifikasi yang dibutuhkan oleh Perseroan. Prinsip kesetaraan kesempatan bekerja selalu menjadi dasar Perseroan dalam memilih insan terbaik untuk menjadi bagian dari Perseroan. Dalam proses rekrutmen tersebut, Perseroan selalu memastikan tidak adanya diskriminasi dalam setiap lingkungan kerja Perseroan.

### **Penanganan Penyebaran COVID-19 di Perseroan**

Untuk menangani penyebaran COVID-19 di Perseroan, terutama di area pabrik agar bisa tetap menjalankan tanggung jawab untuk suplai produk pada konsumen, maka dilakukan langkah-langkah sebagai berikut.

1. Membentuk Satuan Tugas Penanganan COVID-19 dan Grup Kecil di tiap unit kerja, yang melakukan pengontrolan terhadap pematuhan protokol kesehatan.
2. Menetapkan mekanisme pemeriksaan kesehatan saat masuk kerja, menjalankan disinfektan di area kerja setiap hari.
3. Melakukan patroli setiap hari di dalam dan di luar area pabrik untuk memastikan karyawan menjalankan patrol protokol kesehatan secara berkelanjutan.
4. Melakukan meeting penanganan COVID-19 setiap minggu bersama dengan perwakilan seluruh pabrik dan perwakilan manajemen, untuk membahas kondisi pematuhan protokol kesehatan dll.
5. Pelaksanaan vaksin Gotong Royong maupun vaksin mandiri bagi seluruh karyawan sehingga tercapai vaksinasi hampir 100% sampai dengan dosis kedua, sehingga telah terbentuk kekebalan kelompok.

### **Child Labor and Forced Labor**

Referring to the government regulation regarding the labor force, the Company commits to going against the inhuman acts of hiring child labor and implementing forced labor on their employees.

### **Workplace Equality**

The Company guarantees that the recruitment process for all employees from all levels has been carried out in a transparent and fair manner and is based on the qualifications required by the Company. The principle of equal opportunity to work has always been the Company's basis in selecting the best people to be part of the Company. In the recruitment process, the Company always ensures that there is no discrimination in any work environment of the Company.

### **COVID-19 Handling Within the Company**

To handle the spread of the COVID-19 virus in the Company, especially in the public area so that we could continue to fulfill our responsibility to supply our products to customers, the Company had taken these steps:

1. Creating a COVID-19 handling work unit and small groups in each work units that conducts control towards health protocols compliance.
2. Setting a health checking mechanism in the work environment, and disinfecting the working area daily.
3. Conducting patrols everyday both inside and outside the factory area to ensure that the employees are implementing health protocols sustainably.
4. Conducting weekly COVID-19 handling meetings with representatives of all factories and management representatives, to discuss conditions of compliance with health protocols etc.
5. Implementation of the Gotong Royong vaccine and independent vaccines for all employees so that almost 100% of the vaccination is achieved up to the second dose, so that group immunity has been formed.

## TANGGUNG JAWAB SEBAGAI PERUSAHAAN

Responsibility as corporate

### Pendekatan dan strategi dasar Perseroan

Banyak produk Perseroan sangat diperlukan untuk menciptakan hidup bersih dan sehat yang erat kaitannya dengan lingkungan global melalui penggunaan sumber daya dan emisi limbah. Karena perluasan operasi global Perseroan yang berpusat di Asia, peran dan kewajiban Perseroan untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan meningkat setiap tahunnya. Selain itu, bahan penyerab terbuat dari kertas dan pulp yang terkandung dalam produk andalan Perseroan berasal dari pohon jenis konifera dan minyak sawit yang ditambahkan dalam jumlah kecil pada makanan hewan yang Perseroan produksi di perkebunan tropis. Untuk sumber daya berbasis hutan tersebut, Perseroan percaya bahwa sangatlah penting untuk menggunakan bahan bersertifikat yang mempertimbangkan keberlanjutan.

### Inisiatif untuk mempromosikan “Pedoman Pengadaan Bahan Baku Berasal dari Hutan yang bersertifikasi”

Pada Juli 2015, Perseroan merumuskan Pedoman Pengadaan Bahan Baku Berasal dari Hutan. Perseroan juga memberikan kuesioner mengenai kepatuhan kepada tiga pemasok Perseroan pada tahun 2019, dan hasilnya menunjukkan bahwa tidak ada perusahaan yang melanggar pedoman.

### The Company basic approach and strategy

Many of the Company's products are essential to realize a clean and healthy lifestyle which is closely related to the global environment through the Company use of resources and emission of waste. Due to the Company expanded global operations centered in Asia, the Company role and obligations for reducing the Company negative impact on the environment has increased with each passing year. Additionally, the absorbent material made from paper and pulp contained in the Company mainstay products are produced from coniferous trees and the palm oil added in small quantities in the Company pet food is produced in the tropical plantations. For such forest-based resources, the Company believe that it is more than necessary to utilize certified materials that take into account sustainability.

### Initiatives to promote “Forest-derived Raw Materials Procurement Guidelines”

In July 2015, the Company formulated the Forest-derived Raw Materials Procurement Guidelines. The Company also provided questionnaires on the compliance of three of the Company relevant suppliers in 2019, and the results showed that there were no companies that violated the guidelines.

## GUGUS TUGAS PENGUNGKAPAN KEUANGAN TERKAIT IKLIM (TCFD)

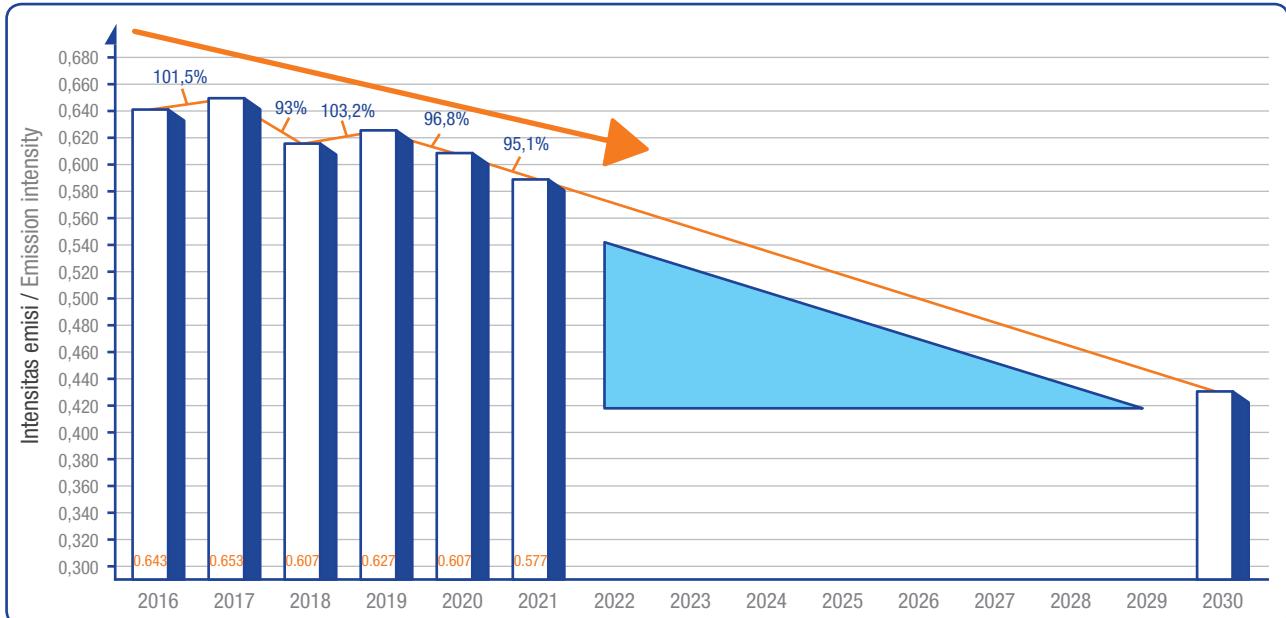
Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD)

### PERUBAHAN IKLIM CLIMATE CHANGE

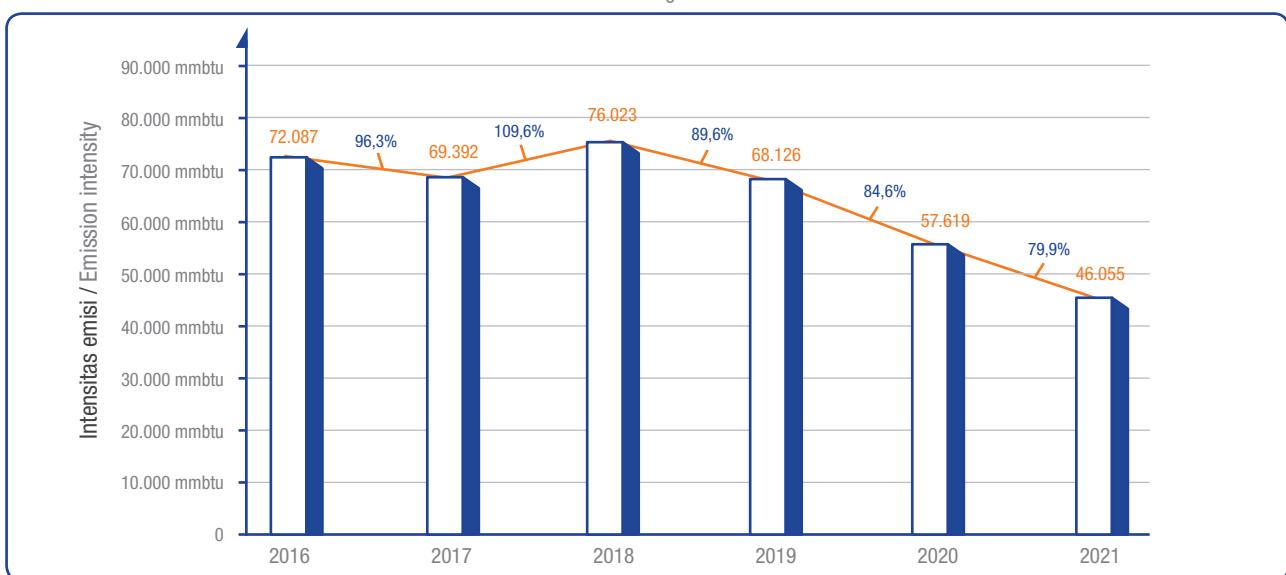
Sebagai industri yang bergerak di bidang manufaktur, Perseroan secara tak terhindarkan menghasilkan emisi CO<sub>2</sub> dari proses produksinya, dengan penggunaan energi menjadi penyumbang terbesar emisi tersebut. Dengan komitmen untuk menurunkan emisi CO<sub>2</sub> hingga Perseroan hanya menghasilkan emisi senilai 0,425 ton/CO<sub>2</sub> pada tahun 2030, Perseroan mencatatkan penurunan emisi CO<sub>2</sub> dari tahun 2020 hingga 2021. Pada akhir tahun 2021, Perseroan menghasilkan emisi hingga 0,577 ton/CO<sub>2</sub>, turun 0,03 ton/CO<sub>2</sub> dibandingkan dengan 0,607 ton/CO<sub>2</sub> yang tercatat pada akhir tahun 2020. Beberapa langkah telah dilakukan Perseroan untuk mengurangi CO<sub>2</sub>, seperti memasang lampu LED, mengganti gas freon dengan hidrokarbon untuk AC, dan mengurangi penggunaan lampu dan AC aktif melalui sensor dan timer. Langkah-langkah ini telah membantu Perusahaan secara konsisten mengurangi emisi CO<sub>2</sub> setiap tahun.

As an industry moving within the field of manufacturing, the Company inevitably produces CO<sub>2</sub> emissions from their production process, with energy use being the largest contributor of said emissions. With a commitment to reduce CO<sub>2</sub> emissions to the point of the Company only producing 0,425 tons/CO<sub>2</sub> worth of emissions by 2030, the Company recorded a reduction of CO<sub>2</sub> emissions from 2020 to 2021. At the end of 2021, the Company generated emissions up to 0,577 tons/CO<sub>2</sub>, a 0,03 tons/CO<sub>2</sub> decrease compared to the 0,607 tons/CO<sub>2</sub> recorded at the end of 2020. The Company have introduced several measures in reducing CO<sub>2</sub>, such as introducing LED lights, replacing freon gas with hydrocarbon for air conditioning, and reducing active lights and air conditioning usage through sensors and timers. These measures have helped the Company consistently reduce their CO<sub>2</sub> emissions on a yearly basis.

**Grafik Emisi CO<sub>2</sub>/ton Produk**  
Graph of CO<sub>2</sub> Emissions/ton Product



**Grafik Penggunaan Gas LNG**  
LNG Gas Usage Chart



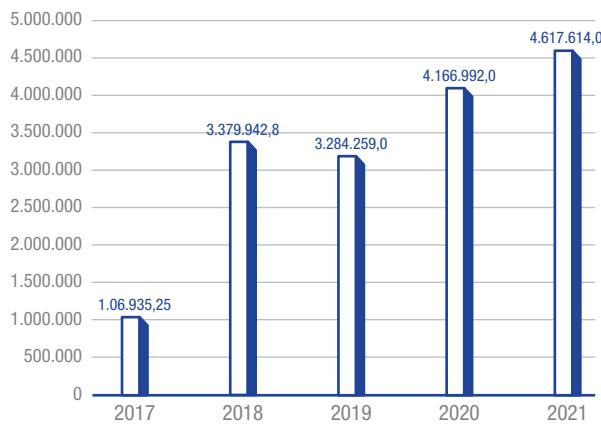
## PENGOLAHAN LIMBAH

### Waste Treatment

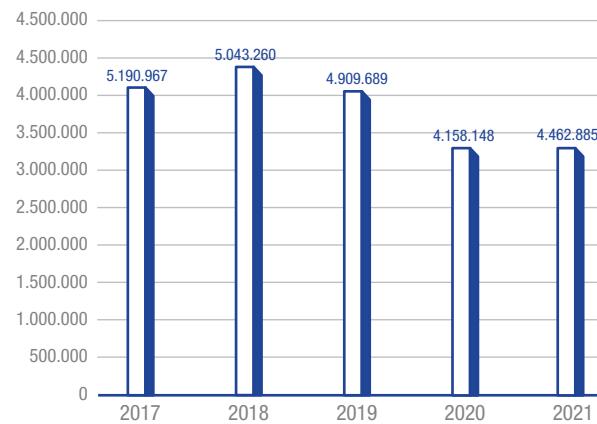
Sebagai bentuk komitmen mereka dalam menjaga kelestarian lingkungan, Perseroan melakukan upaya-upaya untuk mengelola limbah mereka agar tidak masuk ke lingkungan alam serta mengurangi produksi limbah Perseroan. Dengan mengingat hal ini, Perseroan secara ketat mengikuti aturan “zero waste to landfill”, dimana produk limbah Perseroan dikelola sedemikian rupa sehingga tidak akan berakhir di tempat pembuangan akhir Perseroan di pabrik. Ada empat jenis limbah yang dihasilkan Perseroan yaitu Limbah Loss Produk, Limbah Ekonomis, Limbah Non Ekonomis, dan Limbah Beracun. Produk limbah ini semuanya diproses oleh pihak ketiga. Limbah Loss Produk Perseroan dieksport ke Peparlet Jepang untuk didaur ulang menjadi pasir kucing, sedangkan yang lainnya diolah dengan cara tersendiri sehingga produk limbah yang dihasilkan Perseroan tidak meninggalkan dampak yang merugikan bagi lingkungan.

As a form of their commitment towards upholding environmental sustainability, the Company made efforts to manage their waste flow so that they won't go into the natural environment as well as reducing the Company's waste production. With this in mind, the Company strictly follows a “zero waste to landfill” rule, which sees the Company's waste product being managed in a way that they won't end up at the Company's final disposal site at the factory. There are four types of waste that the Company produces they are Product Loss Waste, Economical Waste, Non-Economical Waste, and Toxic Waste. These waste products are all processed by a third party. The Company's Product Loss Waste are exported to Peparlet Japan to be recycled into cat litter, as for the others, they are processed in their own way so that the waste products generated by the Company won't leave any harmful impact on the environment.

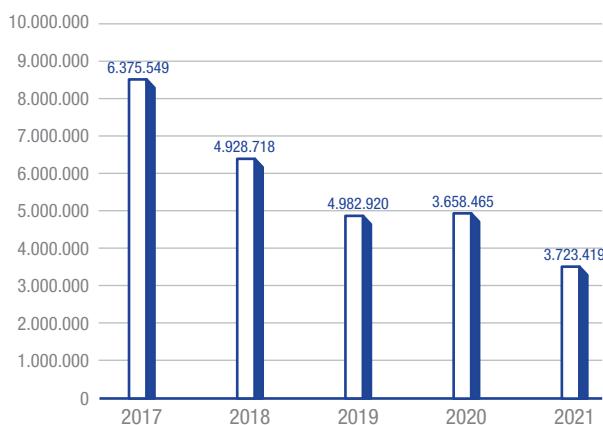
**Peparlet**  
Peparlet



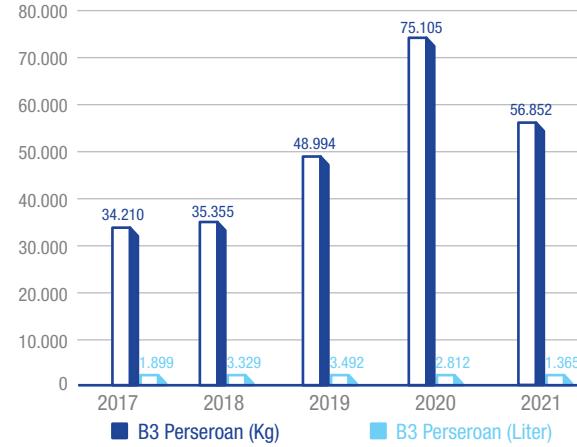
**Limbah Loss Produk**  
Product Loss Waste



**Non Ekonomis**  
Non Economical



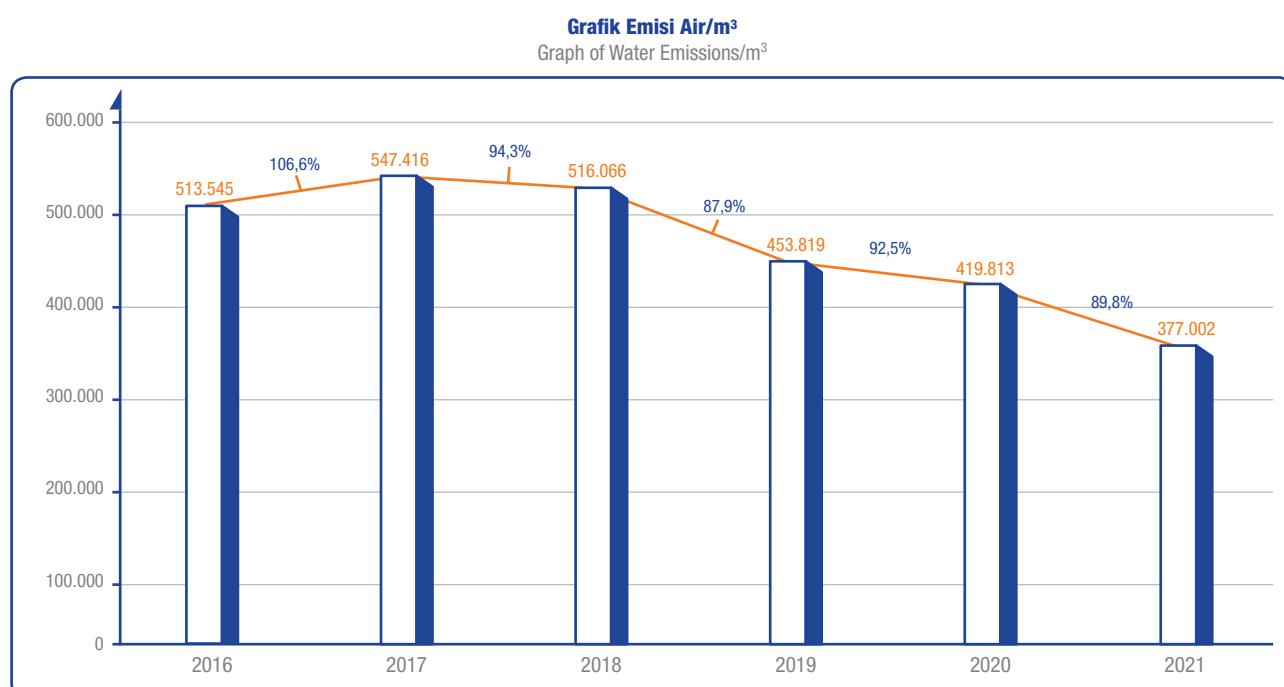
**Limbah B3 (Bahan Berbahaya dan Beracun)**  
Hazardous and Toxic Materials Waste



## SUMBER AIR WATER RESOURCES

Untuk mengurangi penggunaan air, Perseroan telah menerapkan beberapa kebijakan. Kebijakan hemat air tersebut antara lain memasang valve untuk mengatur penggunaan air, mengganti kran dengan jenis spray, mengurangi setting Inverter Booster Pump Building dan Cooling Tower Booster Pump, serta mengurangi volume air untuk Blow Down Drain Cooling Tower Chiller. Ketiga kebijakan tersebut telah berhasil menghemat penggunaan air Perseroan, dimana Perseroan hanya menggunakan 377.002 m<sup>3</sup> air, turun dari 419.813 m<sup>3</sup> yang digunakan Perseroan pada tahun 2020.

In order to reduce their water usage, the Company have implemented several policies. These water-saving policies include installing a valve to regulate water use, replacing faucets with spray-types, reducing the settings for the Inverter Booster Pump Building and the Booster Pump Cooling Tower, as well as reducing the water volume for the Blow Down Drain Cooling Tower Chiller. The three policies have managed to save the Company's water usage, with the Company only using 377,002 m<sup>3</sup> of water, a reduction from the 419,813 m<sup>3</sup> that the company has used in 2020.



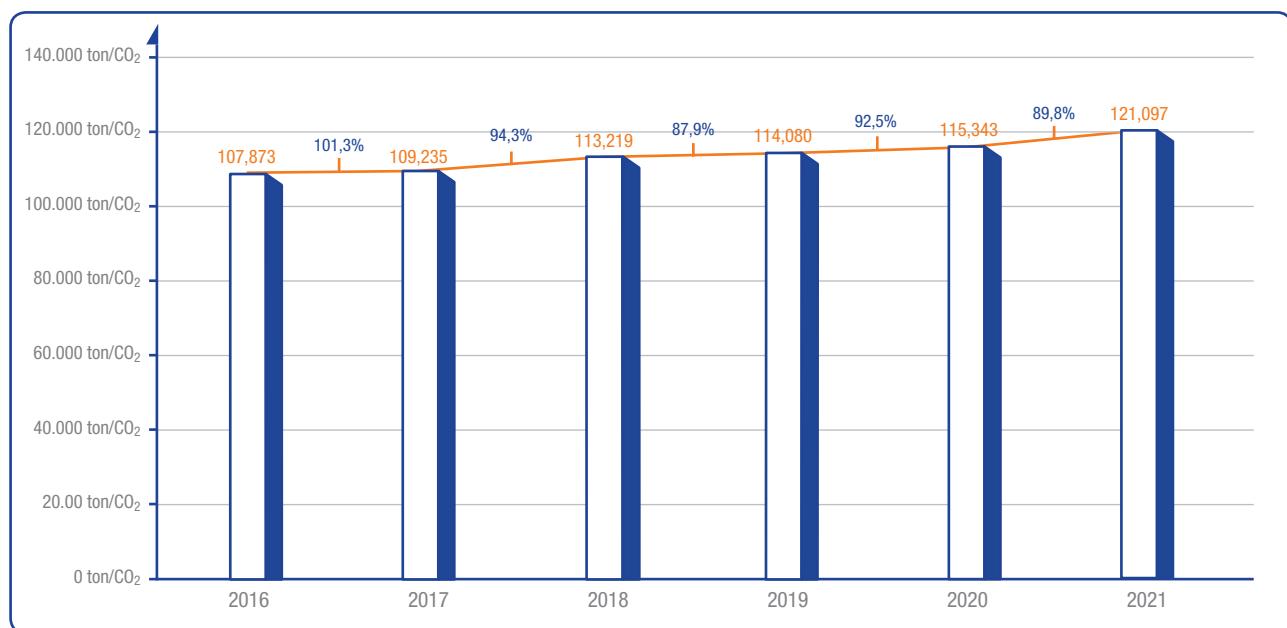
## EMISI CO<sub>2</sub> DARI PENGGUNAAN GAS DAN LISTRIK

CO<sub>2</sub> Emissions from Gas and Electricity Usage

Sebagai produsen, tidak dapat dihindari bahwa Perseroan akan memanfaatkan gas dan listrik dalam jumlah besar. Akibatnya, penggunaan gas dan listrik menghasilkan banyak emisi CO<sub>2</sub> dan ini terlihat dari catatan Perusahaan, yang menunjukkan dan meningkatkan emisi CO<sub>2</sub> meskipun pengurangan emisi tersebut di sektor lain. Pada tahun 2020 Perseroan menghasilkan 115.343 ton CO<sub>2</sub>, sebelum meningkat menjadi 121.097 ton CO<sub>2</sub> pada tahun 2021.

As a manufacturer, it is unavoidable that the Company will utilize large amounts of gas and electricity. Consequentially, the usage of both gas and electricity produces a lot of CO<sub>2</sub> emissions and this was seen from the Company's records, which shows an increase of CO<sub>2</sub> emissions despite the reduction of said emissions in other sectors. In 2020 the Company generated 115,343 tons of CO<sub>2</sub>, before increasing to 121,097 tons of CO<sub>2</sub> in 2021.

**Grafik Emisi CO<sub>2</sub> Listrik & Gas**  
Electric & Gas CO<sub>2</sub> Emission Chart



## PENGUNAAN LISTRIK VS PRODUKSI

Electricity Usage vs Production

Perseroan mengalami peningkatan penggunaan listrik secara bertahap sejalan dengan peningkatan produksi yang dialami Perseroan dalam beberapa tahun terakhir. Pada tahun 2021 saja, Perseroan memproduksi lebih dari 200.000 ton produk sementara pada tahun yang sama Perseroan mengkonsumsi lebih dari 140.000.000 kWh listrik. Ini meningkat dibandingkan dengan rekor tahun 2020, dimana Perseroan memproduksi lebih dari 150.000 ton produk dan mengkonsumsi sekitar 140.000.000 kWh listrik.

The Company sees a gradual increase of electricity usage that goes in line with the increase of production that the Company is experiencing in recent years. In 2021 alone, the Company produced over 200.000 tons of products while at the same year the Company consumed more than 140.000.000 kWh of electricity. This was an increase compared to 2020's record, where the Company produced over 150.000 tons of products and consumed around 140.000.000 kWh of electricity.

### Penggunaan Listrik VS Produksi

Electricity Usage VS Production



## Jumlah dan materi pengaduan Lingkungan Hidup yang diterima dan diselesaikan

Sepanjang tahun 2021, tidak ada pengaduan terkait lingkungan hidup yang diterima dan diselesaikan Perseroan.

## Total and subjects of environmental complaints received and settled

Throughout 2021, no complaints related to the environment were received and resolved by the Company.

## TANGGUNG JAWAB BARANG DAN JASA

### Responsibility for Goods and Services

#### ■ MANAJEMEN MUTU

##### QUALITY MANAGEMENT

Untuk mendukung manajemen mutu, Perseroan menerapkan Sistem Manajemen Mutu ISO 9001 berstandar internasional sejak tahun 2004, Sistem Manajemen Peralatan Medis ISO 13485 sejak tahun 2014 untuk menjamin keamanan, mutu dan manfaat produk. Perseroan juga memiliki sertifikasi Sistem Jaminan Halal (HAS 23000) di keempat pabrik sejak tahun 2016, yang menjadi pertimbangan konsumen saat memilih dan menggunakan suatu produk. Perseroan juga menerapkan Sistem Manajemen K3 (Keselamatan dan Kesehatan Kerja) untuk menjamin keselamatan dan keamanan pekerja. Sedangkan untuk menjamin keamanan produk dan semua yang terlibat dalam proses produksi, Perseroan memenuhi regulasi dari Kemenkes melalui Sertifikasi CPAKB (Cara Pembuatan Alat Kesehatan yang Baik) dan CPPKRTB (Cara Pembuatan Perbekalan Kesehatan Rumah Tangga yang Baik).

Perseroan juga didukung oleh mekanisme yang dikelola oleh divisi Corporate dan divisi lainnya, seperti Internal Control, Audit Internal dan Eksternal, Kode Etik, yang merujuk pada "UC Group Charter of Action", yaitu Janji kepada Masyarakat melalui seluruh aktivitas Perseroan untuk mewujudkan kepuasan moral dan ekonomi bagi semua orang yang terlibat di dalamnya dan seluruh masyarakat, menjaga lingkungan melalui aktivitas bisnis yang menjaga lingkungan dengan standar original yang tinggi, mengutamakan semangat kepatuhan kepada hukum, melakukan hal yang benar dan menjaga aktivitas manajemen dengan keberanian dan ketegasan.

To support quality management, the Company has implemented an international standard ISO 9001 Quality Management System since 2004, ISO 13485 Medical Equipment Management System since 2014 to ensure product safety, quality and benefits. The Company has also had Halal Assurance System (HAS 23000) certification in its four factories since 2016, which is a consideration for consumers when choosing and using a product. The Company also implements an OHS Management System (Occupational Health and Safety) to ensure the safety and security of workers. To ensure product safety and all those involved in the production process, the Company complies with regulations from the Ministry of Health through the CPAKB (Good Manufacturing Practice) and CPPKRTB (Good Household Health Supplies) Certification.

The Company is also supported by mechanisms managed by the Corporate division and other divisions, such as Internal Control, Internal and External Audit, Code of Ethics, which refers to the "UC Group Charter of Action", namely Promises to the Community through all of the Company's activities to realize moral satisfaction and economy for everyone involved in it and the entire community, protecting the environment through business activities that protect the environment with high original standards, prioritizing the spirit of compliance with the law, doing the right thing and maintaining management activities with courage and firmness.

#### ■ TANGGUNG JAWAB KEPADA PELANGGAN

##### RESPONSIBILITY TO CUSTOMERS

###### Percentase produk yg sudah di evaluasi keamanannya

Seluruh produk yang diproduksi dan didistribusikan Perseroan memiliki ijin edar kategori produk Alat Kesehatan seperti pembalut wanita dan popok untuk orang dewasa dan kategori produk Perbekalan Kesehatan Rumah Tangga seperti popok bayi dan tisu basah. Di setiap kemasan produk tercantum komposisi yang terkandung di dalam produk. Meskipun produk yang diproduksi Perseroan belum diwajibkan untuk mendapatkan sertifikasi SNI, semua produk Perseroan telah memenuhi persyaratan SNI seperti daya serap dan aspek fluoresensi.

###### The Percentages of products that have been evaluated for safety

All products produced and distributed by the Company have distribution licenses for the category of Medical Devices such as sanitary napkins and diapers for adults and the category of Household Health Supplies such as baby diapers and wet wipes. Each product packaging contains the ingredients contained in the product. Although the products produced by the Company are not yet required to obtain SNI certification, all of the Company's products have met SNI requirements such as absorption and fluorescence aspects.

Perseroan menerapkan sistem pengecekan sesuai standar Prosedur yang ditetapkan untuk menghasilkan produk yang memenuhi spesifikasi kenyamanan, keselamatan dan mutu. Perseroan melakukan proses Quality Control secara ketat sesuai standar pada setiap tahapan proses, seperti desain, verifikasi produk dan produksi. Quality Control juga dilakukan pada pengadaan, penerimaan material, penyimpanan material, proses produksi, penyimpanan barang jadi dan pengiriman. Semua tahapan dilakukan sesuai dengan Prosedur Pengendalian Mutu dan Keamanan Produk.

#### **Dampak yang ditimbulkan dari produk dan proses distribusi**

Perseroan merupakan perusahaan yang didirikan atas motivasi dan misi pendirinya yang ingin memberikan kehidupan yang lebih baik bagi masyarakat dengan menggunakan produk Perseroan. Misi ini membawa Perseroan menjadi salah satu perusahaan Fast Moving Consumer Goods (FMCG) terdepan di Indonesia. Perseroan telah hadir lebih dari 20 tahun dengan merk dan produk yang memberikan dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan. Merk-merk ini menjadi ujung tombak Perseroan dalam menjalankan misi untuk mendorong pertumbuhan yang menguntungkan dan berkelanjutan seraya memberikan dampak positif bagi masyarakat. Perseroan juga telah berupaya mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan.

Perseroan sebagai produsen produk-produk barang konsumsi memiliki kerjasama dengan banyak distributor yang membantu memenuhi permintaan masyarakat atas produk-produk berkualitas milik Perseroan. Dengan jangkauan distribusi nasional, kerja sama ini memberikan dampak positif seperti memberikan lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar dan secara nasional. Distributor membeli produk Perseroan sebagai agen dan menjual produk-produk tersebut kepada pelanggan ritel dan grosir. Dengan demikian, Perseroan memberikan kontribusi kepada masyarakat dalam meningkatkan ekonomi masyarakat dan mengurangi dampak lingkungan di setiap aspek kegiatan Perseroan.

#### **Jumlah produk yang ditarik kembali**

Pada tahun 2021, tidak terdapat penarikan kembali produk dari pasar.

#### **Survei Kepuasan Pelanggan**

Perseroan memiliki hotline khusus untuk layanan Suara Konsumen melalui telepon 0800-1522-822 atau e-mail: customer@unicarm.co.id. Semua masukan yang diterima melalui Suara Konsumen akan diterima dan ditindaklanjuti oleh unit terkait. Setiap keluhan maupun pertanyaan yang disampaikan konsumen ditanggapi di hari yang sama, kecuali hari libur, oleh staff Customer Service.

Apabila ada produk yang dikeluhkan konsumen, maka Perseroan akan menarik produk tersebut dari konsumen, untuk dicari tahu apa penyebabnya. Perseroan juga akan memberikan produk pengganti untuk menjawab keluhan dari konsumen. Apabila diperlukan, tim Customer Service dan departemen terkait seperti QC & QA, R&D, Marketing, dan sebagainya dapat mengunjungi rumah konsumen secara langsung untuk mengetahui tentang keluhan tersebut secara lebih detail sekaligus memberikan penjelasan kepada konsumen tentang penyebab kegagalan produk tersebut.

The Company implements a checking system according to the standard procedures established to produce products that meet the specifications for comfort, safety and quality. The Company conducts Quality Control processes strictly according to standards at every stage of the process, such as design, product verification and production. Quality Control is also carried out on procurement, material receipt, material storage, production process, finished goods storage and delivery. All stages are carried out in accordance with the Product Quality and Safety Control Procedures.

#### **The impact of the product and distribution process**

The Company was founded on the motivation and mission of its founder who wanted to provide a better life for the community by using the Company's products. This mission brings the Company to become one of the leading Fast Moving Consumer Goods (FMCG) companies in Indonesia. The company has been around for more than 20 years with brands and products that have a positive impact on society and the environment. These brands are the spearhead of the Company in carrying out its mission to encourage profitable and sustainable growth while providing a positive impact on society. The Company has also made efforts to reduce the negative impact on the environment.

The Company as a producer of consumer goods products has cooperation with many distributors who help meet the public's demand for the Company's quality products. With a national distribution reach, this collaboration has a positive impact such as providing employment opportunities for the surrounding community and nationally. Distributors purchase the Company's products as agents and sell these products to retail and wholesale customers. Thus, the Company contributes to the community in improving the community's economy and reducing environmental impacts in every aspect of the Company's activities.

#### **Number of recalled products**

In 2021, there will be no product recalls from the market.

#### **Customer satisfaction survey**

The Company has a special hotline for Consumer Voice services via telephone 0800-1522-822 or e-mail: customer@unicarm.co.id. All inputs received through Consumer Voice will be received and followed up by the relevant unit. Every complaint or question submitted by consumers is responded to on the same day, except on holidays, by the Customer Service staff.

If there are products that the customers are dissatisfied with, The Company will pull out said products from the consumer, in order to investigate the cause of dissatisfaction. The Company will also give replacement products in order to answer said complaint. If needed, the Customer Service team and other related department such as QC & QA, R&D, Marketing, etc. will visit consumer's residence to investigate customer's complaints in detail as well to give explanation regarding the defects.

### **Komitmen untuk memberikan layanan produk yang setara**

Perseroan telah mengembangkan produk dengan mengembangkan kebutuhan konsumen. Untuk menjamin kualitas dan mutu produk yang ditawarkan, Perseroan selalu menerima saran dan masukan untuk peningkatan mutu serta memperhatikan dan menanggapi dengan baik keluhan pelanggan sesuai dengan pedoman layanan Perseroan. Selain itu, untuk menjamin keakuratan informasi, produk yang ditawarkan selalu disertai informasi yang akurat tentang komposisi bahan baku produk dan petunjuk cara penggunaannya.

Perseroan menerapkan sistem pengecekan sesuai standar Prosedur untuk menghasilkan produk yang memenuhi spesifikasi kenyamanan, keselamatan dan mutu. Perseroan melakukan proses Quality Control secara ketat dan sesuai standar pada setiap tahapan proses seperti tinjauan desain, verifikasi produk dan produksi, penerimaan material, penyimpanan material, proses produksi, penyimpanan barang jadi dan pengiriman sesuai dengan Prosedur Kualitas Pengendalian Mutu dan Keamanan Produk. Untuk meningkatkan kinerja layanan, setiap tahun Perseroan melaksanakan survei kepuasan konsumen. Hasil survei dan catatan pelayanan konsumen menjadi acuan Perseroan untuk melakukan tindakan perbaikan dan peningkatan layanan konsumen.

### **Penyelesaian Keluh Kesah Karyawan**

Setiap keluh kesah atau ketidakpuasan Karyawan mengenai situasi tertentu yang bertentangan dengan isi Perjanjian Kerja Bersama akan dimusyawarahkan oleh atasan masing-masing karyawan melalui prosedur yang tertib dan teratur.

Prosedur penyelesaian keluh kesah Karyawan adalah sebagai berikut:

- a. Keluh kesah atau ketidakpuasan terhadap situasi tertentu disampaikan kepada atasan langsung atau kepala bagian di tempat kerja.
- b. Apabila keluh kesah tersebut belum dapat diselesaikan, maka akan diselesaikan oleh Pimpinan Departemen.
- c. Apabila keluh kesah tersebut belum dapat diselesaikan, maka akan diselesaikan oleh pimpinan departemen, HRD Departemen dan Manajemen.
- d. Apabila keluh kesah tersebut belum dapat diselesaikan, maka HRD dapat melibatkan Serikat Pekerja untuk membicarakan penyelesaian sesuai dengan hukum yang berlaku.
- e. Setiap masalah ketenagakerjaan diupayakan untuk diselesaikan secara kekeluargaan. Apabila tidak bisa diselesaikan secara kekeluargaan, maka penyelesaian dilakukan pada tingkat perusahaan dan dapat diteruskan ke tingkat yang lebih tinggi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Perseroan memiliki mekanisme untuk pengaduan masalah ketenagakerjaan lewat kanal khusus pelaporan sesuai dengan Perjanjian Kerja Bersama Perseroan 2021 - 2023 serta Sistem Pelaporan Pelanggaran. Hingga saat ini 0 kasus pelaporan masalah ketenagakerjaan.

### **Commitment to provide equal product service**

The Company has developed products by developing consumer needs. To ensure the quality of the products offered, the Company always accepts suggestions and input for quality improvement and pays attention to and responds well to customer complaints in accordance with the Company's service guidelines. In addition, to ensure the accuracy of the information, the products offered are always accompanied by accurate information about the composition of the product's raw materials and instructions for how to use them.

The Company implements a checking system according to standard procedures to produce products that meet the specifications for comfort, safety and quality. The Company carries out the Quality Control process strictly and according to standards at every stage of the process such as design review, product and production verification, material acceptance, material storage, production process, finished goods storage and delivery in accordance with the Quality Control Procedures for Quality and Product Safety. To improve service performance, every year the Company conducts a customer satisfaction survey. The survey results and customer service records serve as a reference for the Company to take corrective actions and improve customer service.

### **Employee Complaints Resolution**

Every employee's complaints or dissatisfaction concerning certain situations that are contrary to the contents of the Collective Labor Agreement will be discussed by the superiors of each employee through an orderly and regular procedure.

The procedure for resolving employee complaints is as follows:

- a. Complaints or dissatisfaction with certain situations are conveyed to the immediate supervisor or Head of the Department at work.
- b. If the complaint has not been resolved, it will be resolved by the Head of the Department.
- c. If the complaint has not been resolved, it will be resolved by the Head of the Department, HRD Department and Management.
- d. If the complaint has not been resolved, then HRD can involve the Labor Union to discuss the settlement in accordance with applicable law.
- e. Every labor problem is sought to be resolved amicably. If it cannot be resolved amicably, then the settlement is carried out at the company level and can be forwarded to a higher level in accordance with applicable regulations.

The Company has a mechanism for complaints on labor issues through a special reporting channel in accordance with the Mutual Employment Agreement of the Company 2021 - 2023 and the Whistleblowing System. To date, there are 0 cases of reporting labor problems.

## INISIATIF UNTUK MASYARAKAT

### INITIATIVES FOR SOCIETY

#### Penelitian atas perilaku konsumen yang sesuai dengan kondisi lapangan

Moto Perseroan “Mempertahankan posisi No.1 melalui layanan berkelanjutan dan berdedikasi” yang tertanam dalam DNA Perseroan adalah praktik model manufaktur yang mencerminkan kebutuhan pelanggan. Dengan mengamati gaya hidup dan gaya konsumsi konsumen, Perseroan berusaha memberikan kebutuhan sejati yang ada di alam bawah sadar konsumen. Dengan memanfaatkan kreativitas yang berorientasi pada pelanggan, Perseroan mengembangkan produk yang melebihi harapan pelanggan. Untuk menjangkau pasar global yang lebih luas, Perseroan juga mengembangkan produk lokal untuk memenuhi kebutuhan yang berbeda-beda di setiap wilayah dan pasar.

Produk Perseroan dianggap sebagai kebutuhan sehari-hari, namun di beberapa negara, popok kertas dianggap sebagai barang mewah atau konsumen tidak terbiasa menggunakan popok kertas sepanjang hari. Dengan mempertimbangkan kebiasaan dan kebutuhan masing-masing negara, Perseroan berusaha menciptakan nilai baru yang belum pernah ada sebelumnya di dalam produk Perseroan dengan menyeimbangkan fungsi dengan biaya. Hal ini membuat produk Perseroan menjadi lebih mudah diakses oleh semua orang. Harapan Perseroan adalah bahwa Perseroan dapat terus menyediakan produk dan layanan kepada lebih banyak konsumen di seluruh dunia dan mengubah “ketidaknyamanan” menjadi “kenyamanan”.

Perseroan memberikan kontribusi dengan memanfaatkan kemampuan unik Perseroan untuk membantu setiap orang yang berada di berbagai wilayah untuk memaksimalkan potensi mereka agar mereka dapat memainkan peran yang lebih besar dalam pengembangan masyarakat. Perseroan bertujuan untuk terus mengembangkan produk yang sesuai dengan kebutuhan lokal masing-masing daerah dengan menggabungkan kekuatan pengembangan produk dan pemasaran.

#### Kolaborasi antara tim teknis, fasilitas dan pengembangan produk

Dengan struktur organisasi yang terdiri dari tim penelitian, pengembangan, dan teknis, Perseroan memperkenalkan pengembangan produk lintas departemen yang mencakup lima bisnis. Departemen-departemen ini bekerja sama secara erat dalam mengembangkan produk yang memberikan nilai baru bagi pelanggan, mengembangkan bahan dan teknologi baru yang diperlukan untuk pengembangan produk, dan mengembangkan fasilitas untuk memproduksi produk ini. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa produk yang sudah ada selalu diperbarui dan produk baru dapat dikembangkan. Selain itu, Perseroan juga telah mendirikan pusat pengembangan terpencil di wilayah geografis kunci, yang menghasilkan infrastruktur yang mampu mengembangkan produk yang benar-benar memenuhi kebutuhan warga lokal.

#### Research on consumer insight in accordance with marketplace ( frontlines )

The Company motto “Maintain our No.1 position through continued and dedicated service” ingrained in the Company’s DNA is a model practice of manufacturing that closely reflects customer needs. By observing consumers’ lifestyle and consumption style, the Company pursue the true needs that exist in their subconscious. By leveraging the Company customer-oriented creativity, the Company develop products that exceed customer expectations. In order to promote a more extensive global reach, the Company are developing localized products to meet the different needs of each region and market.

The Company products are considered daily necessities, but in some countries paper diapers are regarded as a luxury or consumers are not accustomed to using paper diapers throughout the day. By taking into consideration each country’s customs and needs, the Company are creating unprecedented new value in the Company products that balances function with cost, making these products more accessible to all. The Company never-changing hope is that the Company continue to deliver products and services to more consumers around the world and turn “discomfort” into “comfort”.

The Company make a contribution that leverages the Company’s unique strengths, which is to help people living in all regions maximize their potential so that they can play an even bigger role in their society development. The Company aim to continue developing products that suit the local needs of each region by combining the forces of product development and marketing.

#### Collaboration between product, technical and facilities development groups

With an organizational structure consisting of research, development, and engineering, the Company promotes cross departmental product development that encompasses five businesses. These departments work closely together in developing products that provide new value to customers, developing novel materials and technologies needed for product development and developing facilities to manufacture these products. This ensures that existing products are revamped and new products are developed. In addition, the Company have set up development remote centers in key geographic areas, resulting in an infrastructure capable of developing products that truly meet local needs.

# TATA KELOLA PERUSAHAAN YANG BAIK

## GOOD CORPORATE GOVERNANCE

Penerapan Tata Kelola Perseroan yang Baik (GCG) oleh Perseroan merupakan sebuah upaya untuk membentuk nilai tambah yang berkelanjutan baik untuk pemegang saham maupun pemangku kepentingan. Setelah 23 tahun beroperasi, Perseroan selalu menyelaraskan aktivitas bisnis 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 sejalan dengan kepentingan pemangku kepentingan.

### 3. Tanggung Jawab

Perseroan berkomitmen untuk selalu mematuhi peraturan yang berlaku dalam hal pemenuhan tanggung jawab kepada masyarakat dan lingkungan, sehingga aktivitas bisnis Perseroan dapat berkembang secara berkelanjutan.

### 4. Independensi

Pengelolaan Perseroan dilakukan secara profesional, tanpa konflik kepentingan maupun intervensi dari pihak manapun.

### 5. Keadilan

Dalam pemenuhan hak pemangku kepentingan, Perseroan berkomitmen untuk selalu memperlakukan individu baik di dalam maupun di luar Perseroan secara adil dan setara, seperti 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 sesuai dengan 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 Perseroan 2021 bagian Tata Kelola Perusahaan.

The implementation of Good Corporate Governance (GCG) by the Company is an effort to create sustainable added value, both for shareholders and stakeholders, in the long term. After 23 years of operation, the Company 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 always providing transparent and relevant information to shareholders and stakeholders as a form of compliance with applicable regulations.

### 2. Accountability

The Company is committed to always being responsible for the decisions and actions taken and ensuring that these decisions and actions are carried out properly, fairly, and measurably in line with the interests of stakeholders.

### 3. Responsibility

The Company is committed to always complying with applicable regulations in terms of fulfilling responsibilities to the community 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 professionally, without conflict of interest or intervention from any party.

### 5. Fairness

In fulfilling the rights of stakeholders, the Company is committed to always treating individuals both inside and outside the Company fairly and equally, as regulated in the applicable regulations.

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

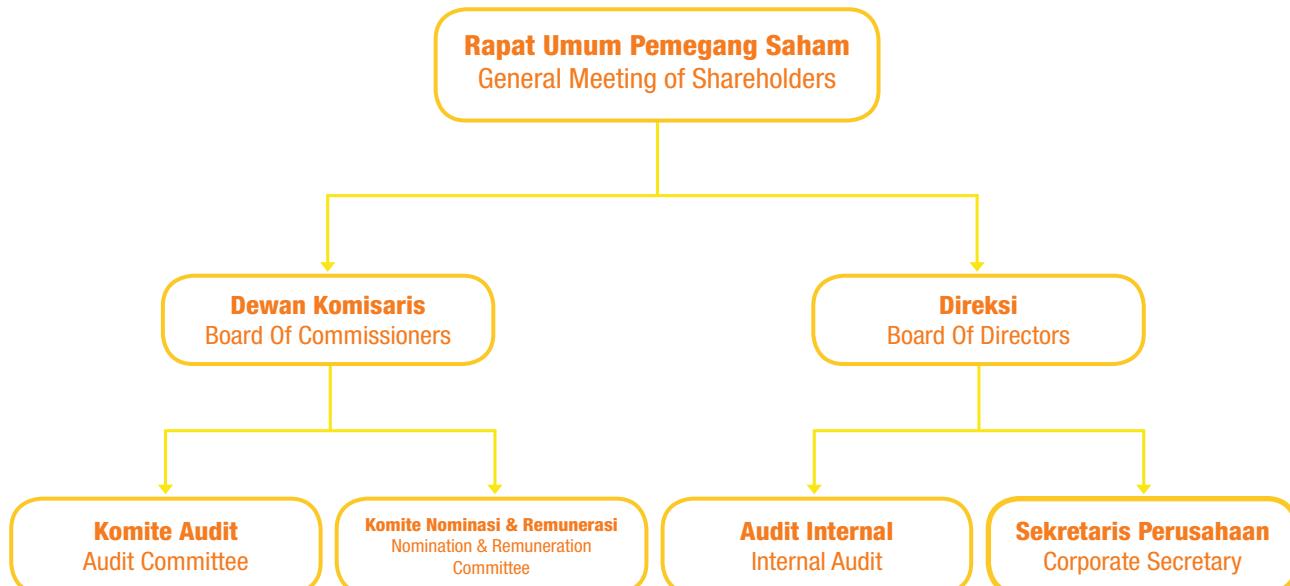
In addition, the Company also always strives to improve the implementation of GCG in accordance with OJK Regulation No. 21/POJK.04/2015 and OJK Circular Letter No. 32/SEOJK.04/2015. Details of perfecting GCG implementation can be found in the Company's 2021 Annual Report, Corporate Governance section.

### Struktur tata kelola

Perseroan terdiri dari 3 organ utama, yaitu Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS), Dewan Komisaris dan Direksi, seperti diatur dalam Anggaran Dasar Perseroan. Ketiga organ ini bertanggung jawab untuk membangun kerangka kerja, memimpin dan memonitor pelaksanaan tata kelola perusahaan, dibantu oleh Sekretaris Perusahaan dan Komite di bawah Dewan Komisaris. Organ utama Perseroan didukung oleh Sistem Pengendalian Internal, Sistem Manajemen Risiko, Audit Internal dan Eksternal, Kode Etik, Anggaran Dasar, Kode Mitra Bisnis Uni-charm Indonesia, Manajemen Pengendalian Mutu dan SOP bisnis Perseroan.

### Governance structure

The Company consists of 3 main organs, 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 organs are in charge of establishing the framework, leading and monitoring the implementation of corporate governance, assisted by the Corporate Secretary and the Committees under the Board of Commissioners. The main organs of the Company are supported by the Internal Control System, Risk Management System, Internal and External Audit, Code of Ethics, Articles of Association, Uni-charm Indonesia Business Partner Code, Quality Control Management and the Company's business SOPs.



### RAPAT UMUM PEMEGANG SAHAM

GENERAL MEETING OF SHAREHOLDERS

Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) berwenang untuk menentukan kebijakan yang berkaitan dengan kelangsungan operasional Perseroan. Sebagai bentuk kepatuhan terhadap Pasal 49 ayat (1) dan Pasal 51 Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 15/POJK.04/2020 tanggal 21 April 2020 tentang Rencana dan Penyelenggaraan Rapat Umum Pemegang Saham Perusahaan Terbuka (POJK No. 15), Perseroan menyelenggarakan RUPS Tahunan pada tanggal 29 Juli 2021.

The General Meeting of Shareholders (GMS) is authorized to determine 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 April 21, 2020 regarding the Plan and Organizing of the General Meeting of Shareholders of a Public Company (POJK No. 15), the Company held an Annual GMS on July 29, 2021.

### DEWAN KOMISARIS

BOARD OF COMMISSIONERS

Dewan Komisaris memiliki peran membangun komunikasi dengan Direksi dan komite-komite pembantu. Selain itu, Dewan Komisaris juga memiliki tugas mengawasi manajemen Perseroan yang dijalankan Direksi. Saat RUPS, Dewan Komisaris wajib memberikan saran dan rekomendasi tentang pengelolaan Perseroan

The Board of Commissioners has a role in establishing communication with the Board of Directors and the supporting committees. In addition, the Board of Commissioners also has the task of supervising the management of the Company which is carried out by the Board of Directors. During the GMS, the Board of Commissioners is required to provide advice and recommendations regarding the management of the Company

## DIREKSI BOARD OF DIRECTORS

Direksi memiliki tugas mengelola, menetapkan dan menentukan strategi bisnis Perseroan. Direksi bertanggung jawab langsung kepada Dewan Komisaris Perseroan. Saat menjabat untuk pertama kali, Direksi wajib menghadiri program orientasi tentang tanggung jawab Direksi yang diselenggarakan Sekretaris Perseroan. 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 tentang tugas, wewenang, dan tanggung jawab pengelolaan dapat dibaca dalam Laporan Tahunan Perseroan 2021 bagian Tata Kelola Perusahaan.

## PEDOMAN PRINSIP-PRINSIP BISNIS (COBP) DAN KEBIJAKAN PEDOMAN CODE OF BUSINESS PRINCIPLES (COBP) AND POLICY GUIDELINES

Pedoman Tindakan untuk melaksanakan “Tekad dan Janji” dan Prinsip Tindakan Perseroan

### Transaksi Yang Tulus Dengan Mitra Bisnis

1. Perseroan berinteraksi dengan akal sehat dan ketulusan dan melakukan transaksi secara adil dan setara.
2. Perseroan menentukan mitra bisnis melalui cara yang dianggap layak oleh siapapun, yaitu dengan melakukan pemilihan secara adil dan merata.
3. Dalam memilih pemasok maupun mitra bisnis, Perseroan mempertimbangkan praktik bisnis yang bertanggung jawab dan beretika yang sejalan dengan perlindungan lingkungan dan HAM.
4. Perseroan tidak akan melakukan pembatasan harga jual ulang maupun pembatasan aktivitas bisnis terhadap distributor dan retailer.
5. Perseroan tidak akan memaksakan harga beli dan harga jual yang tidak tepat.
6. Perseroan tidak akan melakukan pemerasan seperti memaksa membeli produk Perseroan secara tidak benar dengan memanfaatkan posisi.
7. Perseroan tidak akan melakukan kecurangan seperti pembatalan pesanan secara sepahak dan melakukan retur produk sebagai produk NG dengan mengganti standar mutu produk.

### Persaingan Yang Adil

1. Perseroan tidak akan melakukan pengaturan tentang harga, pelanggan, area penjualan, jenis produk maupun pelayanan dan pembicaraan yang dapat menyebabkan kecurigaan dengan perusahaan kompetitor.
2. Perseroan tidak akan mengambil dan menggunakan rahasia dagang perusahaan lain dengan 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. Dalam hal ekspor/impor produk, teknologi dan pelayanan, Perseroan akan menjalankannya secara benar sesuai dengan peraturan yang berlaku di dalam maupun luar negeri dan peraturan internal.

The Board of Directors has the task of managing and determining the Company's business strategy. The Board of Directors reports directly to the Company's Board of Commissioners. When serving for the first time, the Board of Directors is required to attend an orientation program on the responsibilities of the Board of Directors organized by the Corporate Secretary. This orientation program includes reviewing important documents such as the Annual Report, Articles of Association, CoBP, Committee Charter and related regulations, both in soft and hard copies. Details of the duties, authorities, and responsibilities of management can be found in the 2021 Annual Report of the Company in the Corporate Governance section.

Action Guidelines for implementing the Company's "Commitment and Promise" and Principles of Action

### Earnest Transactions With Business Partners

1. The Company interacts with common sense and sincerity and conducts transactions fairly and equitably.
2. The Company determines business partners in a way that is considered appropriate by anyone, by conducting a fair and equitable election.
3. In selecting suppliers and business partners, the Company considers responsible and ethical business practices that are in line with environmental protection and human rights.
4. The Company will not restrict resale prices or limit business activities to distributors and retailers.
5. The Company will not impose an inappropriate buying and selling price.
6. The Company will not commit extortion such as forcing to buy the Company's products incorrectly by taking advantage of its 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 regarding prices, customers, sales areas, types of products and services and discussions that may cause suspicion with competing companies.
2. The Company will not take and use other companies' trade secrets in an improper way, for any reason.
3. The Company will not slander other companies or products of other companies, or use terms that can trigger misunderstandings.
4. In terms of export/import of products, technology and services, the Company will carry out them properly in accordance with applicable domestic and foreign regulations and internal regulations.

### **Entertain /Hadiah**

1. Perseroan ketika menjamu maupun memberikan hadiah kepada rekan bisnis, akan dilakukan atas persetujuan yang sesuai di internal Perseroan, dan masih dalam batas wajar akal sehat masyarakat umum.
2. Perseroan ketika mendapatkan hiburan maupun hadiah dari rekan bisnis, akan dilakukan atas persetujuan yang sesuai di internal Perseroan, 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 mendorong penerapan etika bisnis yang baik di lingkungan Perseroan. Integritas Bisnis UniCharm diterapkan melalui tiga pilar di bawah ini :

#### **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 Sistem Pelaporan Pelanggaran
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

### **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 (patent rights, design rights, trademarks, copyrights etc.) of other parties.
2. The Company will only use the intellectual property of other parties after entering into the contract properly.

### **Business Integrity**

The Company is committed to complying with business ethics by applying the Company's Framework at all times. To oversee the establishment of the Framework, the Company has appointed a Business Integrity Officer and a Business Integrity Committee who work independently and actively encourage the implementation of good business ethics within the Company. UniCharm's Business Integrity is implemented through the following three pillars:

#### **Prevention**

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

#### **Detection**

1. Reporting Channel, including Whistleblowing System
2. Monitoring, Reviewing and Reporting on Management Implementation
3. Self Assessment and Compliance Audit

#### **Response**

1. Investigation
2. Business Integrity Sanctions
3. Improvement of Shortcomings

## ■ KESEHATAN DAN KESELAMATAN

HEALTH AND SAFETY

### Manajemen keselamatan dan kesehatan komprehensif di tempat kerja

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

1. Perseroan memberikan prioritas utama pada keselamatan pekerja di setiap situasi dan meningkatkan keamanan lingkungan tempat kerja di bawah kepemimpinan manajer keselamatan dan kesehatan Perseroan.
2. Manajer akan terus memperhatikan kesehatan fisik dan mental bawahan mereka, dan akan segera menanggapi setiap ketidaksesuaian.
3. Perseroan tidak akan memaksa karyawan kita untuk bekerja terlalu keras atau bekerja lembur berlebihan, atau memaksa mereka untuk bekerja.

### Comprehensive safety and health management in the workplace

The Company carries out comprehensive occupational safety and health management in the workplace to prevent work accidents and ensure that the Company's employees can work safely.

1. The Company gives top priority to the safety of workers in every situation and improves the safety of the workplace environment under the leadership of the Company's safety and health manager.
2. The Managers will continue to pay close attention to the physical and mental health of their subordinates, and will promptly respond to any abnormality.
3. The Company will not force our employees to work too hard or work excessive overtime, or force them to work.





**YUJI ISHII**  
PRESIDEN DIREKTUR  
PRESIDENT DIRECTOR

**Usia / Age :**

50 tahun / 50 years

**Kewarganegaraan / Citizenship :**

Jepang / Japan

**Pendidikan / Education :**

Sarjana Hukum Housei Universitas  
Jepang 1995 / Bachelor of Law  
Housei University Japan 1995

**Dasar Hukum Pengangkatan /**

**Legal Basis of Appointment :**

Akta Pernyataan Keputusan Rapat  
Nomor 172 Tahun 2019 /  
Deed of Statement of Meeting  
Resolutions Number 172 of 2019

**Pengalaman Kerja / Work Experience**

- **1995:** Sales Department - Tokyo Sales Office, Business Division-Unitech Non Woven
- **1998:** Sales Department - Unicharm Clean & Fresh Business
- **1999:** Sales Management Department - Unicharm C&F Business
- **2000:** Sales Department - AI (Adult Incontinence) Business
- **2002:** Sales Planning Department, Product & Channel Group - Health Care Business
- **2003:** Marketing Department - Health Care Business Division
- **2004:** Marketing Department, Product Manager - Health Care Business Division
- **2005:** Marketing Department, Product Manager - Global Marketing Division C&F Business Division
- **2006:** Baby Care Marketing Department, Brand Manager - PT Uni-Charm Indonesia
- **2009:** Marketing Department, Marketing Manager and Baby Care Brand Manager and Health Care Brand Manager - PT Uni-Charm Indonesia
- **2012:** SBU's Baby Care Global Marketing Department, Senior Brand Manager - Unicharm Head Office
- **2015:** Marketing Department - SBU Director Baby Care Global
- **2017 - Sekarang:** President Director and Marketing Department, General Manager - the Company

**Rangkap Jabatan / Concurrent Position**

Direktur / Director - PT Unicharm Nonwoven Indonesia

Direktur / Director - PT Unicharm Trading Indonesia

**Hubungan Afiliasi / Affiliated Relationships**

Tidak memiliki afiliasi dengan sesama anggota Dewan Komisaris, atau anggota Direksi, atau dengan pemegang saham utama.

Has no affiliation with fellow members of the Board of Commissioners, or members of the Board of Directors, or with major shareholders.



## JUNICHIRO ONISHI

DIREKTUR  
DIRECTOR

**Usia / Age :**

54 tahun / 54 years old

**Kewarganegaraan / Citizenship :**

Jepang / Japan

**Pendidikan / Education :**

Sarjana Sastra, Meiji Universitas  
Jepang 1990 / Bachelor of Arts,  
Meiji University Japan 1990

**Dasar Hukum Pengangkatan /  
Legal Basis of Appointment :**

Akta Pernyataan Keputusan Rapat  
Nomor 172 Tahun 2019 /  
Deed of Statement of Meeting  
Resolutions Number 172 of 2019

**Pengalaman Kerja / Work Experience**

- **1992:** Sales Department - Tokyo Sales Office - the Charm Kogyo Non Woven Business Division
- **1999:** UBS
- **2002:** Unicharm Products
- **2002:** Unicharm Products Manager
- **2006:** Corporate Planning
- **2008:** Corporate Planning Manager
- **2012:** Company Director - Unicharm Middle East and North Africa Hygienic Industries
- **2014:** Corporate Planning Manager
- **2017 - Sekarang:** Director - the Company

**Rangkap Jabatan / Concurrent Position**

Komisaris / Comissioner - PT Unicharm Trading Indonesia

**Hubungan Afiliasi / Affiliated Relationships**

Tidak memiliki afiliasi dengan sesama anggota Dewan Komisaris, atau anggota Direksi, atau dengan pemegang saham utama.

Has no affiliation with fellow members of the Board of Commissioners, or members of the Board of Directors, or with major shareholders.



## SRI HARYANI

DIREKTUR  
DIRECTOR

**Usia / Age :**

49 tahun / 49 years

**Kewarganegaraan / Citizenship :**

Indonesia / Indonesian

**Pendidikan / Education :**

SMA 63 Jakarta 1991 /  
63 Senior High School Jakarta 1991

**Dasar Hukum Pengangkatan /****Legal Basis of Appointment :**

Akta Pernyataan Keputusan Rapat  
Nomor 172 Tahun 2019 /  
Deed of Statement of Meeting  
Resolutions Number 172 of 2019

**Pengalaman Kerja / Work Experience**

- **1991 – 1994:** SPG & Coordinator / Jakarta Beauty Advisor Supervisor at PT Rista Indolab
- **1994 – 1998:** SPG / MD Coordinator at PT Nirwana Lestari
- **1998 – Present:** Company
  - SPG / MD Coordinator - Company
  - Bali Sales Area Supervisor - Company
  - Jabodetabek Sales Area Supervisor - Company
  - Jabodetabek Sales Area Manager - Company
  - Jabodetabek Regional Sales Manager - Company
  - Java Island Deputy Sales General Manager - Company
  - Java Island Vice Sales Director - Company
  - Senior Vice Sales Director- Company

**Rangkap Jabatan / Concurrent Position**

Saat ini tidak memiliki rangkap jabatan di perusahaan lain.  
Currently does not have concurrent positions in other companies.

**Hubungan Afiliasi / Affiliated Relationships**

Tidak memiliki afiliasi dengan sesama anggota Dewan Komisaris, atau anggota Direksi, atau dengan pemegang saham utama.

Has no affiliation with fellow members of the Board of Commissioners, or members of the Board of Directors, or with major shareholders.



## KURNIAWAN YUWONO

DIREKTUR  
DIRECTOR

### Usia / Age :

51 tahun / 51 years old

### Kewarganegaraan / Citizenship :

Indonesia / Indonesian

### Pendidikan / Education :

Sarjana Ekonomi Universitas Atmajaya 1993, Magister Administrasi Bisnis Cleveland State Universitas Ohio USA 1996 / Bachelor of Economics Atmajaya University 1993, Master of Business Administration Cleveland State University Ohio USA 1996

### Dasar Hukum Pengangkatan /

### Legal Basis of Appointment :

Akta Pernyataan Keputusan Rapat Nomor 172 Tahun 2019 /  
Deed of Statement of Meeting  
Resolutions Number 172 of 2019

### Pengalaman Kerja / Work Experience

- **1997:** Starting a career in a Company incorporated - Sinar Mas Pulp & Paper Group
- **1999 - 2002:** Assistant Manager - Asia Pulp and Paper (APP) Singapore
- **2011 - 2019:** Director - PT Lontar Papirus Pulp & Paper Industry
- **2013 - 2021:** Director - PT Oki Pulp & Paper Mills
- **2011 - Present:** Director - PT Indah Kiat Pulp & Paper Tbk

### Rangkap Jabatan / Concurrent Position

- Direktur / Director - PT Indah Kiat Pulp & Paper Tbk
- Direktur / Director - PT Purinusa Ekapersada

### Hubungan Afiliasi / Affiliated Relationships

Tidak memiliki afiliasi dengan sesama anggota Dewan Komisaris, atau anggota Direksi, atau dengan pemegang saham utama.

Has no affiliation with fellow members of the Board of Commissioners, or members of the Board of Directors, or with major shareholders.

## Pendekatan dan strategi dasar Perseroan

### Sikap Perseroan terhadap kepatuhan

Kebijakan manajemen Perseroan tertuang dalam Unicharm Ideals “Perseroan berusaha untuk melaksanakan prinsip-prinsip manajemen perusahaan yang tepat yang menggabungkan pertumbuhan perusahaan, kesejahteraan partner dan pemenuhan tanggung jawab sosial”. Unicharm telah menyusun buklet yang disebut The Unicharm Way yang berisikan Kode Etik Perseroan dan dokumen kepatuhan penting lainnya. Setelah disetujui oleh Dewan Direksi, The Unicharm Way didistribusikan dan dibagikan kepada semua karyawan Perseroan. Buklet ini menjadi dasar sistem kepatuhan Perseroan dan dirancang untuk mengingatkan direktur dan karyawan untuk selalu memegang teguh standar etika tertinggi dan mematuhi peraturan dan Anggaran Dasar. Selain itu, Unicharm berusaha untuk mencegah tindakan yang akan mengarah pada korupsi seperti penyuapan, hiburan dan hadiah yang berlebihan, kontribusi politik yang tidak pantas dan perdagangan orang dalam, serta untuk memastikan kepatuhan terhadap standar perburuan. Presiden & CEO dan eksekutif terus mengkomunikasikan semangat yang tertuang dalam The Unicharm Way kepada karyawan di seluruh dunia dalam upaya meningkatkan dan menanamkan kesadaran akan etika perusahaan dan memastikan bahwa semua aktivitas perusahaan didasarkan pada kepatuhan.

### Struktur manajemen

“Tim ESG” yang didirikan oleh Perseroan pada tahun 2020 untuk memantau semua kegiatan yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial yang berpusat pada kerangka kualitas, keselamatan dan lingkungan. “Tim ESG” memastikan pemenuhan terhadap legalitas, keadilan dan kesehatan di setiap aktivitas perusahaan. “Hotline Kepatuhan” telah dibuat sebagai kontak konsultasi dan pelaporan pelanggaran atas hukum dan peraturan, peraturan internal dan etika perusahaan sedangkan “Hotline Pengaduan Karyawan” disediakan untuk menerima pengaduan di tempat kerja seperti pelecehan internal dan masalah hubungan manusia sebagai bagian dari upaya untuk mengembangkan dan meningkatkan struktur kepatuhan.

### Sistem pelaporan Pelanggaran

Sebagai bentuk implementasi GCG dan sebagai bentuk pengendalian internal, Perseroan merumuskan mekanisme sistem pelaporan yang bernama Sistem Pelaporan Pelanggaran. Melalui mekanisme ini, Perseroan mendorong setiap individu Perseroan untuk melaporkan setiap pelanggaran etika dengan bukti yang dapat dipertanggungjawabkan agar dapat ditindaklanjuti.

### Prosedur untuk Pengajuan Laporan

Laporan dapat dikirimkan melalui surat, email, atau hotline.

### Perlindungan bagi Pelapor

Perseroan memberikan jaminan perlindungan kepada pelapor internal (Dewan Komisaris/Direksi/Karyawan/Anggota Komite) dan menjamin kerahasiaan data dan informasi pelapor.

## The Company basic approach and strategy

### The Company attitude towards compliance

The Company management policy is expressed in the Unicharm Ideals which state “the Company strive to pursue proper corporate management principles which combine corporate growth, associate well-being and the fulfillment of the Company social responsibilities”. Unicharm has created a booklet called The Unicharm Way which includes the Company Code of Conduct and other important compliance documents. Having been approved by the Board of Directors, The Unicharm Way has been distributed to and shared with everyone working at the Company. It forms the basis of the Company compliance system and is designed to remind all directors and employees to hold themselves to the highest ethical standards and comply with all rules and regulations and the Articles of Incorporation. In addition, Unicharm works to prevent acts that would lead to corruption including bribery, excessive entertainment and gifts through corporate activities, improper political contributions and insider trading, and to ensure compliance with labor standards. The President & CEO and executives continue to communicate the spirit set forth in The Unicharm Way to employees around the world in an effort to improve and instill an awareness of corporate ethics and ensure that all corporate activities are based on compliance.

### Management structure

The “ESG Team,” established by the Company in 2020 for the purpose of monitoring all activities related to social responsibility centered around a framework of quality, safety and the environment. The “ESG Team” ensures the legality, fairness and soundness of corporate activities. The “Compliance Hotline” has been established as a consultation and whistleblowing contact point for violations of laws and regulations, internal regulations and major corporate ethics while the “Employee Complaint Hotline” has been established for problems in the workplace such as internal harassment and human relationship issues as part of efforts to develop and enhance the compliance structure.

### Whistleblowing System

As a form of GCG implementation and as a form of internal control, the Company has formulated a reporting system mechanism called the Whistleblowing System. Through this mechanism, the Company encourages each individual in the Company to report any ethical violations with evidence that can be accounted for so that they can be followed up.

### Procedure for Report Submission

Reports can be sent by mail, email or through hotline.

### Protection for Whistleblower

The Company provides guarantees of protection to internal whistleblowers (Board of Commissioners/Directors/Employees/Committee Members) and guarantees the confidentiality of the whistleblower's data and information.

## **Manajemen dan Penanganan Keluhan**

Berdasarkan Sistem Pelaporan Pelanggaran, setiap laporan yang masuk akan ditinjau sebelum ditindaklanjuti. Laporan setidaknya harus berisi informasi tentang apa, di mana, dan siapa pihak-pihak yang terlibat dalam pelanggaran tersebut. Jika perlu, investigasi akan dilakukan dan dijadikan dasar pertimbangan pengambilan keputusan dan penjatuhan sanksi. Lalu, pihak yang terbukti melakukan pelanggaran akan diberikan sanksi sesuai dengan peraturan internal Perseroan sedangkan tindakan yang memenuhi unsur pidana akan dilaporkan ke pihak kepolisian.

## **Hasil Penanganan Keluhan**

Perseroan masih meninjau Sistem Pelaporan Pelanggaran yang diterapkan. Semua karyawan didorong untuk melaporkan dugaan pelanggaran ke atasan langsung. Selama 2021, tidak ada laporan yang diterima Perseroan.

## **Inisiatif untuk meningkatkan kesadaran akan kepatuhan**

### **Panduan Tindakan Perseroan**

The Unicharm Way yang dibagikan kepada seluruh karyawan Perseroan menyatakan bahwa hukum dan peraturan harus dipatuhi untuk merealisasikan janji Perseroan kepada pemangku kepentingan dan untuk meningkatkan kesadaran akan kepatuhan dalam kaitannya dengan pencegahan tindakan korupsi. Selain itu, pengawasan dilakukan setiap tahun melalui survei kesadaran karyawan.

## **Hubungan dengan Mitra Kerja**

Untuk menjamin pencegahan kompetisi tidak sehat kepada mitra bisnis, Perseroan akan senantiasa merespon mitra bisnis dengan tulus, karena Perseroan bekerjasama demi mencapai pertumbuhan bersama dalam hubungan yang saling menguntungkan.

1. Perseroan tidak akan memperoleh atau menggunakan rahasia bisnis perusahaan lain melalui cara yang tidak sah dengan alasan apapun.
2. Selain tidak menggunakan ungkapan fitnah atau fiktif terhadap pesaing, Perseroan tidak akan menggunakan ungkapan yang dapat menimbulkan kesalahpahaman.
3. Perseroan akan memberikan hiburan dan hadiah kepada mitra bisnis dalam lingkup akal sehat umum. Hiburan dan hadiah tidak akan diberikan kepada pejabat publik atau pihak setingkat. Perseroan tidak akan memberikan pembayaran (facilitating payment) untuk memudahkan prosedur publik.

## **Report Management and Report Handling**

Based on the Whistleblowing System, every incoming report will be reviewed before being followed up. The report should at least contain information about what, where, and who the parties were involved in the violation. If necessary, an investigation will be carried out and used as a basis for consideration of decision-making and the imposition of sanctions. Then, those who are proven to have committed violations will be given sanctions in accordance with the Company's internal regulations, while actions that meet criminal elements will be reported to the police.

## **Result of Report Handling**

The company is still reviewing the applied Whistleblowing System. All employees are encouraged to report suspected violations to their immediate supervisor. In 2021, no reports were received by the Company.

## **Initiatives to raise compliance awareness**

### **The Company Action Guidelines**

The Unicharm Way distributed to all the Company employees states that the laws and regulations must be complied with in order to achieve the Company pledge to stakeholder and to increase awareness of compliance in relation to corruption prevention. In addition, monitoring is conducted annually through an employee awareness survey.

## **Relationship with Partners**

To achieve the Company pledge to business partners Prevention of unfair competition, The Company will always respond sincerely to business partners as the Company cooperate towards mutual growth in mutually prosperous relationships with them.

1. The Company will not acquire or use the business secrets of other companies through unauthorized methods for whatever reason.
2. In addition to not using any slanderous or fictitious expressions towards competitors, the Company will not use any expressions that could cause a misunderstanding.
3. The Company will provide entertainment and gifts to business partners within the scope of the general common sense. Entertainment and gifts will not be provided to any public officials or equivalent parties. The Company will not provide payments (facilitating payments) to facilitate public procedures.

## KEPATUHAN TERHADAP PAJAK

TAX COMPLIANCE

### Pendekatan dan kebijakan dasar

Perseroan menyadari pentingnya pembayaran pajak yang sesuai dengan undang-undang pajak setiap negara dan wilayah di seluruh dunia sebagai kebijakan dasarnya. Berdasarkan kesadaran ini, Perseroan telah memiliki Departemen Pajak yang bertugas untuk untuk membangun sistem manajemen pajak yang seimbang di seluruh perusahaan serta mempertahankan dan meningkatkan kepatuhan pajak Perseroan dengan upaya-upaya berikut ini:

#### 1. Kepatuhan terhadap undang-undang perpajakan

Perseroan mematuhi undang-undang yang berlaku, mengajukan pengembalian pajak dan membayar pajak dengan tepat di negara dan wilayah tempat Perseroan menjalankan bisnis. Untuk memastikan kesesuaian pengelolaan pajak selanjutnya, keputusan atas transaksi penting di dalam dan di luar Jepang dibuat berdasarkan persetujuan setelah berkonsultasi dengan direktur yang bertanggung jawab atas akuntansi setelah dikonfirmasi menggunakan undang-undang perpajakan. Selain itu, Perseroan telah menetapkan, mengembangkan, dan menerapkan dengan tepat sistem pengendalian internal yang dapat memastikan laporan keuangan yang tepat. Efektivitas sistem ini dievaluasi dan dikonfirmasi melalui audit oleh auditor akuntansi dan Komite Audit dan Pengawasan. Selain itu, Perseroan menggunakan jasa penasihat pajak pihak ketiga secara efektif dan efisien untuk menjaga kepatuhan terhadap pajak. Selama pemeriksaan pajak, direktur yang bertanggung jawab atas akuntansi melaporkan progres dan hasil kepada Direktur Perwakilan & Presiden Direktur bersama dengan Komite Audit & Pengawas jika diperlukan, dalam upaya untuk meningkatkan kepatuhan pajak.

#### 2. Hubungan dengan otoritas pajak

Informasi pajak diserahkan kepada otoritas pajak secara akurat dan tepat waktu, dan upaya dilakukan untuk meningkatkan transparansi melalui pelaporan lanjutan tentang pemrosesan pajak yang diperlukan untuk menciptakan kepercayaan dan hubungan positif dengan otoritas pajak dan untuk mengurangi risiko pajak. Perseroan juga berkomitmen untuk kooperatif dalam hal pelaporan dan pembayaran pajak melalui korespondensi terbuka dan jujur dengan petugas pajak.

### Basic approach and policy

The Company recognizes the appropriate payment of taxes that complies with the tax laws of each country and region around the world as its basic policy. Based on this recognition, the Company already has a Tax Department which is tasked to establish a balanced, company-wide tax management system as well as maintaining and enhancing the Company tax compliance with the following efforts:

#### 1. Compliance with tax laws

The Company Group complies with applicable laws, files tax returns and pays taxes appropriately in the countries and regions where the Company conduct business. To ensure the appropriateness of subsequent tax management, decisions on important transactions inside and outside of Japan are made based on approval after consultation with the director in charge of accounting following confirmation of treatment in tax law. Moreover, the Company has established, developed and appropriately implemented an internal control system that can ensure appropriate accounting treatment and financial reports. The effectiveness of this system is evaluated and confirmed through audits by the accounting auditor and the Audit and Supervisory Committee. In addition, the Company use expert third-party tax advisors effectively and efficiently to maintain tax compliance. During tax inquiries, the director in charge of accounting reports progress and results to the Representative Director & President along with the Audit & Supervisory Committee as needed, in an effort to enhance the tax compliance.

#### 2. Relationships with tax authorities

Tax information is provided in an appropriate and timely manner to tax authorities and efforts are made to improve transparency through advance queries on tax processing as necessary to create sincere and positive trust relationships with tax authorities and to reduce tax risk. The Company also aim to provide top priority cooperation when it comes to tax inquiries through open and honest correspondence with inspectors in facilitating the process.

## 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.

### 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 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 US Dollar (USD) dan Japanese Yen (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 lai kebutuhan arus kas pada masa mendatang, terutama yang terkait dengan pembelian bahan baku impor.

Pada tanggal 31 Desember 2021, 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 Rp10 miliar (2020: Rp23,6 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 pihak berelasi.

Pada tanggal 31 Desember 2021, 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 Rp0,5 miliar (2020: Rp11,4 miliar). Dampak terhadap ekuitas akan sama dengan dampak pada laba setelah pajak.

#### 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 meminimalisir risiko kredit dengan menempatkan sebagian besar kas pada bank dengan reputasi dan kualifikasi yang baik. Berdasarkan penilaian manajemen

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 Factors

The Group's activities expose 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 Dollar (USD) and Japanese Yen (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 2021, 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 Rp10 billion (2020: Rp23.6 billion) lower/higher. 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 intercompany loans.

As at 31 December 2021, 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 Rp0.5 billion (2020: Rp11.4 billion) lower/higher. The impact on equity would have been the same with the impact on profit after tax.

#### 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 manages credit risk by placing large portion of its cash at reputable and qualified banks. Based on management's assessment on the expected credit

atas kerugian kredit ekspektasian sesuai dengan PSAK 71, termasuk menilai peringkat kredit bank, manajemen menyimpulkan bahwa risiko kredit terkait kas di bank tidak signifikan.

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 secara kontinu memantau kinerja dan umur piutang dari pelanggan-pelanggan tersebut sebagai bagian dari penilaian kerugian kredit ekspektasian sesuai PSAK 71 dan telah mencatat provisi untuk penurunan nilai piutang yang cukup untuk menutup risiko kredit berdasarkan kolektabilitas masa lalu yang disesuaikan dengan faktor-faktor masa depan.

#### 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 asset 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.

#### Nilai Wajar Instrumen Keuangan

Nilai wajar 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 uang jaminan, mendekati nilai tercatatnya dikarenakan dampak dari diskonto tidak signifikan.

Liabilitas sewa dan pinjaman pihak berelasi dicatat pada awalnya menggunakan nilai wajar yang ditentukan berdasarkan suku bunga pasar yang dapat diobservasi (pengukuran hirarki nilai wajar tingkat 2).

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

losses under PSAK 71, including assessing banks' credit rating, management concluded that the credit risk regarding its cash in banks is not significant.

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 continuously monitors the performance and receivables aging of these customers as part of assessing the expected credit losses under PSAK 71 and record adequate provision for impairment of receivables to cover the credit risk based on historical collectability adjusted with forward-looking factors.

#### 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.

#### Fair Value of Financial Instruments

The fair value of the Group's financial assets and liabilities, which comprises cash in banks, time deposits, trade receivables, other receivables, trade payables, other payables, accruals and provisions, and refundable deposits, approximates their carrying values as the effect of discounting is not significant.

Lease liabilities and intercompany loans are initially recorded at fair value which are determined based on observable market rate (fair value measurement hierarchy level 2).

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

## INFORMASI SAHAM

STOCK INFORMATION

### DATA SAHAM PERKUARTAL TAHUN 2020

2020 Quarterly Stock Data

Kuartal Quarter	Tertinggi Highest	Terendah Lowest	Penutupan Closing	Volume (Lembar Saham / Share)
Kuartal I / 1st Quarter	2.030	900	1.260	149.885.600
Kuartal II / 2nd Quarter	1.720	1.080	1.395	56.524.200
Kuartal III / 3rd Quarter	1.650	1.390	1.455	53.137.500
Kuartal IV / 4th Quarter	1.745	1.440	1.470	22.529.100
Tahun 2020 / FY 2020	2.030	900	1.470	282.076.400

### DATA SAHAM PERKUARTAL TAHUN 2021

2021 Quarterly Stock Data

Kuartal Quarter	Tertinggi Highest	Terendah Lowest	Penutupan Closing	Volume (Lembar Saham / Share)
Kuartal I / 1st Quarter	1.730	1.390	1.650	31.295.900
Kuartal II / 2nd Quarter	1.710	1.515	1.520	15.624.500
Kuartal III / 3rd Quarter	1.690	1.515	1.560	6.241.100
Kuartal IV / 4th Quarter	1.700	1.430	1.450	28.957.500
Tahun 2021 / FY 2021	1.730	1.390	1.450	82.119.000

### TOTAL KAPITALISASI PASAR SAHAM PERUSAHAAN

Stock Market Capitalization of the Company

Total saham yang diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia adalah sebesar 4.143.312.300 lembar saham dengan total kapitalisasi pasar saham Perseroan pada penutupan bursa tertanggal 31 Desember 2021 sebesar Rp6.007.802.835.000.

There is a total of 4,143,312,300 shares listed in The Indonesian Exchange, with the total market capitalization at December 31, 2021 closing was amounting to Rp6,007,802,835,000.

### REKAPITULASI PERDAGANGAN SAHAM

Recapitulation of Shares Trading

Keterangan Description	2021	2020	Keterangan Description
Volume (Lembar saham)	82.044.300	282.076.400	Volume (Shares)
Nilai transaksi (Rp)	127.123.274.000	447.408.736.000	Value (Rp)
Frekuensi (x)	43.143	106.604	Frequency (x)

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

Shareholders owning 5% (five percent) or more shares

<b>Nama Pemegang Saham &gt; 5%</b> Name of Shareholders > 5%	<b>Nama</b> Name	<b>Alamat</b> Address	<b>Jumlah Saham</b> Number of shares	<b>Persentase Saham</b> Share Percent
	Unicharm Corporation	Jepang	2.460.690.846	59,2%
	PT Purinusa Ekapersada	Jakarta	864.567.054	20,8%
<b>Nama Pemegang Saham &lt; 5%</b> Name of Shareholders < 5%	Masyarakat	Indonesia	818.054.400	19,68%
<b>Saham Treasuri</b> Treasury shares			13.260.000	0,32%
<b>Jumlah</b> Total			<b>4.156.572.300</b>	<b>100%</b>

**Kelompok Pemegang Saham Masyarakat <5%**

Community Shareholder Group <5%

<b>Nama Pemegang Saham</b> Shareholders Name	<b>Jumlah Saham</b> Number of Shares	<b>Presentase</b> Percentage
JPMCB NA AIF CLT RE-THE SCOTTISH ORIENTAL SMALLER COMPANIES TRUST PLC	88.747.200	2,14
JPMCB NA RE-PACIFIC ASSETS TRUST PLC	83.541.700	2,01
DZ PRIVATBANK S.A.	64.838.462	1,56
BNYMSANV RE BNYSIL RE FS INV ICVC-FS AS ALL CAP FD-2039846551	48.074.900	1,16
BBH LUXEMBOURG S/A FIDELITY FD SICAV-FID FDS ASEAN FD	39.125.000	0,94
CITIBANK NEW YORK S/A GOVERNMENT OF NORWAY - 15	38.372.900	0,92
UBS AG LDN BRANCH A/C CLIENT-2157234000	32.432.712	0,78
CITIBANK NEW YORK S/A GOVERNMENT OF NORWAY - 16	30.000.000	0,72
RD SCHRODER D PRESTASI PLUS-908294000	28.442.300	0,68
JPMILLC - FPA GLOBAL OPPORTUNITY FUND	21.518.000	0,52

**Pemegang Saham oleh Anggota Dewan Komisaris dan Direksi**  
Shareholders by Members of the Board of Commissioners and Directors

Nama Name	Jabatan Position	Jumlah Saham Number of Shares	Presentase Percentage
Tadashi Nakai	Presiden Komisaris President Commissioner	-	0%
Tetsuo Ukai	Komisaris / Commissioner	-	0%
Ichiro Ozawa	Komisaris / Commissioner	-	0%
Hendra Jaya Kosasih	Komisaris / Commissioner	-	0%
Ubaidillah Nugraha	Komisaris Independen Independent Commissioner	-	0%
Suryamin Halim	Komisaris Independen Independent Commissioner	-	0%
Yuji Ishii	Presiden Direktur President Director	500	0%
Junichiro Onishi	Direktur / Director	-	0%
Sri Haryani	Direktur / Director	-	0%
Kurniawan Yuwono	Direktur / Director	-	0%

**Jenis Kepemilikan Saham**  
Type of Share Ownership

Wilayah Domain	Kepemilikan Ownership	Jumlah Pemegang Saham Total Shareholders	Jumlah Efek Total Stock	Percentase Percentage
Lokal / Local	Individu / Individual	2.646	14.425.600	0,35%
	Institusi / Institution	46	1.023.481.241	24,62%
	<b>Sub Total</b>	<b>2.692</b>	<b>1.037.906.841</b>	<b>24,97%</b>
Asing / Foreign	Individu / Individual	86	888.200	0,02%
	Institusi / Institution	59	3.117.777.259	75,01%
	<b>Sub Total</b>	<b>145</b>	<b>3.118.665.459</b>	<b>75,03%</b>
	<b>Grand Total</b>	<b>2.837</b>	<b>4.156.572.300</b>	<b>100%</b>

**Kelompok Kepemilikan Saham**  
Share Ownership Group

Jenis Type	Jumlah Pemegang Saham Number of Shareholders	Jumlah Saham Number of Shares	Percentase Percentage
Broker / Broker	2	487	0,00%
Individu / Individual	2.732	15.313.007	0,37%
Asuransi/ Insurance	2	2.227.800	0,05%
Mutual Fund / Reksadana	18	82.012.800	1,97%
Pension Fund / Dana Pensiun	15	55.094.900	1,33%
Perseroan Terbatas / Limited Company	67	3.996.800.052	96,16%
Yayasan / Foundation	1	5.122.400	0,12%
<b>Sub Total</b>	<b>2.837</b>	<b>4.156.572.300</b>	<b>100%</b>

**PERNYATAAN ANGGOTA DEWAN KOMISARIS DAN DIREKSI TENTANG TANGGUNG JAWAB ATAS  
LAPORAN KEBERLANJUTAN 2021 PT UNI-CHARM INDONESIA TBK**  
THE BOARD OF COMMISSIONERS AND DIRECTORS STATEMENT OF RESPONSIBILITY  
FOR THE 2021 SUSTAINABILITY REPORT OF PT UNI-CHARM INDONESIA TBK

Kami menyatakan bahwa semua informasi yang terdapat dalam Laporan Keberlanjutan PT Uni-Charm Indonesia TbK tahun 2021 telah dibuat dengan lengkap dan kami bertanggung jawab penuh atas kebenaran isi Laporan.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya.

Jakarta, April 2022

We hereby state that all of the contained information herein has been fully disclosed in this 2021 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, April 2022

**DEWAN KOMISARIS**

BOARD OF COMMISSIONERS

IT # IC..

**Tadashi Nakai**  
Presiden Komisaris  
President Commissioner



**Hendra Jaya Kosasih**  
Komisaris  
Commissioner

*Tetsuo Ukai*

**Tetsuo Ukai**  
Komisaris  
Commissioner



**Ubaidillah Nugraha**  
Komisaris Independen  
Independent Commissioner

*Ichiro Ozawa*

**Ichiro Ozawa**  
Komisaris  
Commissioner



**Suryamin Halim**  
Komisaris Independen  
Independent Commissioner

**DIREKSI**  
BOARD OF DIRECTORS

*Yuji Ishii*

**Yuji Ishii**  
Presiden Direktur  
President Director



**Junichiro Onishi**  
Direktur  
Director



**Sri Haryani**  
Direktur  
Director



**Kurniawan Yuwono**  
Direktur  
Director

# DAFTAR PENGUNGKAPAN SESUAI PERATURAN OTORITAS JASA KEUANGAN NOMOR 51/POJK.03/2017 TENTANG PENERAPAN KEUANGAN BERKELANJUTAN BAGI LEMBAGA JASA KEUANGAN, EMITEN, DAN PERUSAHAAN PUBLIK

LIST OF DISCLOSURES ACCORDING TO FINANCIAL SERVICES AUTHORITY REGULATION NUMBER 51/POJK.03/2017 CONCERNING THE IMPLEMENTATION OF SUSTAINABLE FINANCE FOR FINANCIAL SERVICES INSTITUTIONS, ISSUERS, AND PUBLIC COMPANIES

No.	Uraian Description	Hal Page
1.	Penjelasan Strategi Keberlanjutan	Explanation of Sustainability Strategy 4
2.	<p>Ikhtisar Kinerja Aspek Keberlanjutan</p> <p>a. Aspek ekonomi, paling sedikit meliputi:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kuantitas produksi atau jasa yang dijual;</li> <li>2. Pendapatan atau penjualan;</li> <li>3. Laba atau rugi bersih;</li> <li>4. Produk ramah lingkungan; dan</li> <li>5. Pelibatan pihak lokal yang berkaitan dengan proses bisnis Keuangan Berkelaanjutan.</li> </ol> <p>b. Aspek Lingkungan Hidup, paling sedikit meliputi:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penggunaan energi (antara lain listrik dan air);</li> <li>2. Pengurangan emisi yang dihasilkan Perusahaan yang proses bisnisnya berkaitan langsung dengan lingkungan hidup;</li> <li>3. Pengurangan limbah dan efluen (limbah yang telah memasuki lingkungan) yang dihasilkan Perusahaan yang proses bisnisnya berkaitan langsung dengan Lingkungan Hidup; atau</li> <li>4. Pelestarian keanekaragaman hayati bagi Perusahaan yang proses bisnisnya berkaitan langsung dengan Lingkungan Hidup.</li> </ol> <p>c. Aspek sosial yang merupakan uraian mengenai dampak positif dan negatif dari penerapan Keuangan Berkelaanjutan bagi masyarakat dan lingkungan (termasuk orang, daerah, dan dana).</p>	<p>Performance Overview of Sustainability Aspect 18</p> <p>a. Economic aspect, at least includes:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Quantity of products and services sold; 22</li> <li>2. Revenue or sales; 20</li> <li>3. Net profit or loss; 20</li> <li>4. Environment-friendly products; and 53</li> <li>5. Engangement of local party related to business process of Sustainable Finance. 70</li> </ol> <p>b. Environmental aspect, at least includes:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Energy consumption (including electricity and water); 67-68</li> <li>2. Reduction of emission generated by a Company in which its business process directly related to environment; 64-65</li> <li>3. Reduction of waste and effluent (waste entering environment) generated by a Company in which its business process directly related to environment; or 66</li> </ol> <p>4. Biodiversity conservation for a Company in which its business process directly related to environment. n/a</p> <p>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). 27</p>
3.	<p>Profil Singkat Perusahaan</p> <p>a. Visi, misi, dan nilai keberlanjutan Perusahaan;</p> <p>b. Nama, alamat, nomor telepon, nomor faksimili, alamat surat elektronik (e-mail), dan situs web, serta kantor cabang dan/ atau kantor perwakilan Perusahaan;</p> <p>c. Skala usaha Perusahaan secara singkat, meliputi:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Total aset atau kapitalisasi aset, dan total kewajiban (dalam jutaan rupiah);</li> <li>2. Jumlah karyawan yang dibagi menurut jenis kelamin, jabatan, usia, pendidikan, dan status ketenagakerjaan;</li> <li>3. Persentase kepemilikan saham; dan</li> <li>4. Wilayah Operasional</li> </ol> <p>d. Penjelasan singkat mengenai produk, layanan, dan kegiatan usaha yang dijalankan;</p> <p>e. Keanggotaan pada asosiasi;</p> <p>f. Perubahan Perusahaan yang bersifat signifikan, antara lain terkait dengan penutupan atau pembukaan cabang, dan struktur kepemilikan.</p>	<p>Brief Company Profile 13</p> <p>a. Corporate vision, mission, and sustainable values; 4</p> <p>b. E-mail address, website, and addresses of branch offices and/or representative office of the Company; 13</p> <p>c. Brief Company's business scale includes:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Total assets or asset capitalization, and total obligations (in million rupiah); 22</li> <li>2. Total employees classified by gender, position, age, education, and employment status; 24-25</li> <li>3. Percentage of shareholding; and 88</li> <li>4. Area of operations. 20-21</li> </ol> <p>d. Brief description of products, services, and business operations; 13</p> <p>e. Membership in associations; 12</p> <p>f. Significant changes of the Company, including those related to closing or opening branch(es), and ownership structure. 13</p>

No.	Uraian Description	Hal Page
4.	<p>Penjelasan Direksi</p> <p>a. Kebijakan untuk merespon tantangan dalam pemenuhan strategi keberlanjutan, paling sedikit meliputi:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penjelasan nilai keberlanjutan bagi Perusahaan;</li> <li>2. Penjelasan respon Perusahaan terhadap isu terkait penerapan Keuangan Berkelanjutan;</li> <li>3. Penjelasan komitmen pimpinan Perusahaan dalam pencapaian penerapan Keuangan Berkelanjutan;</li> </ol> <p>4. Pencapaian kinerja penerapan Keuangan Berkelanjutan; dan</p> <p>5. Tantangan pencapaian kinerja penerapan Keuangan Berkelanjutan.</p> <p>b. Penerapan Keuangan Berkelanjutan, paling sedikit meliputi:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pencapaian kinerja penerapan Keuangan Berkelanjutan (ekonomi, sosial, dan Lingkungan Hidup) dibandingkan dengan target; dan</li> <li>2. Penjelasan prestasi dan tantangan termasuk peristiwa penting selama periode pelaporan (bagi Perusahaan yang diwajibkan membuat Rencana Aksi Keuangan Berkelanjutan).</li> </ol> <p>c. Strategi pencapaian target, paling sedikit meliputi:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengelolaan risiko atas penerapan Keuangan Berkelanjutan terkait aspek ekonomi, sosial, dan Lingkungan Hidup;</li> <li>2. Pemanfaatan peluang dan prospek usaha; dan</li> <li>3. Penjelasan situasi eksternal ekonomi, sosial, dan Lingkungan Hidup yang berpotensi mempengaruhi keberlanjutan Perusahaan.</li> </ol>	<p>Board of Directors' Explanation</p> <p>a. Policy to respond challenges to comply with a sustainability strategy, at least includes:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Explanation of sustainability values for the Company;</li> <li>2. Explanation of the Company's responses to issues related to implementing Sustainable Finance;</li> <li>3. Explanation of commitment of the Company's leadership to achieve targets of implementing Sustainable Finance;</li> </ol> <p>4. Performance achievements of implementing Sustainable Finance; and</p> <p>5. Performance achievement challenges of implementing Sustainable Finance.</p> <p>b. Implementing Sustainable Finance, at least includes:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Performance achievement of implementing Sustainable Finance (economic, social, and environmental aspects) compared with targets; and</li> <li>2. Explanation of achievements and challenges, including important events during the reporting period (for a Company required to make an Action Plan of Sustainable Finance).</li> </ol> <p>c. Strategy for achieving targets, at least includes:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Risk management of implementing Sustainable Finance related to economic, social, and environmental aspects;</li> <li>2. Benefiting opportunities and business prospect; and</li> <li>3. Explanation of external economic, social, and environmental conditions potentially affecting the Company's sustainability.</li> </ol>
5.	Tata Kelola Keberlanjutan	Sustainability Governance
	<p>a. Uraian mengenai tugas bagi Direksi dan Dewan Komisaris, pegawai, pejabat dan/atau unit kerja yang menjadi penanggung jawab penerapan Keuangan Berkelanjutan.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>d. Penjelasan mengenai pemangku kepentingan yang meliputi:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keterlibatan pemangku kepentingan berdasarkan hasil penilaian (assessment) manajemen, RUPS, surat keputusan atau lainnya; dan</li> <li>2. Pendekatan yang digunakan Perusahaan dalam melibatkan pemangku kepentingan dalam penerapan Keuangan Berkelanjutan, antara lain dalam bentuk dialog, survei, dan seminar.</li> </ol>	<p>a. Explanation of duties of Board of Directors and Board of Commissioners, employee, executive, and/or work unit to be responsible for implementing Sustainable Finance.</p> <p>b. Explanation of competence development for members of Board of Directors and Board of Commissioners, employee, executive, and/or work unit to be responsible for implementing Sustainable Finance.</p> <p>c. Explanation of the Company's procedure for identifying, measuring, monitoring, and controlling risks as the result of implementing Sustainable Finance related to economic, social, and environmental aspects, including roles of Board of Directors and Board of Commissioners in managing, reviewing periodically, and evaluating effectiveness of corporate risk management process.</p> <p>d. Explanation of stakeholders, includes:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Engagement of stakeholders based on result of assessment on the Management, GMS, decisions, or others; and</li> <li>2. Approach used by the Company to engage stakeholders in implementing Sustainable Finance, among others, as dialog, survey, and seminar.</li> </ol>

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. 10-11
6.	Kinerja Keberlanjutan	Sustainability Performance 26
a.	Penjelasan mengenai kegiatan membangun budaya keberlanjutan di internal Perusahaan.	a. Explanation of activities in building the culture of sustainability within the Company. 26-27
b.	Uraian mengenai kinerja ekonomi dalam 3 tahun terakhir meliputi:	b. Explanation of economic performance in the last 3 years, includes: 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
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. 22-23
c.	Kinerja sosial dalam 3 tahun terakhir:	c. Social performance in the last 3 years: 1. Company's commitment to providing consumers with equal products and/or services. 69
1.	1. Komitmen Perusahaan untuk memberikan layanan atas produk dan/atau jasa yang setara kepada konsumen.	
2.	2. Ketenagakerjaan, paling sedikit memuat:	2. Employment, at least contains: a. Statement on equality of job opportunity and existence of forced labor and child labor; 63
a.	a. Pernyataan kesetaraan kesempatan bekerja dan ada atau tidaknya tenaga kerja paksa dan tenaga kerja anak;	b. Percentage of permanent employee's lowest remuneration to regional minimum wage; 59
b.	b. Persentase remunerasi pegawai tetap di tingkat terendah terhadap upah minimum regional;	c. Decent, safe workplace; and 62
c.	c. Lingkungan bekerja yang layak dan aman; dan	d. Training and development on employees' capability. 60-61
d.	d. Pelatihan dan pengembangan kemampuan pegawai.	
3.	3. Masyarakat, paling sedikit memuat:	3. Community, at least contains: a. Information of activities or area of operations making positive and negative impacts on surrounding communities, including financial literacy and inclusion; 70
a.	a. Informasi kegiatan atau wilayah operasional yang menghasilkan dampak positif dan dampak negatif terhadap masyarakat sekitar termasuk literasi dan inklusi keuangan;	b. Public complaint mechanism as well as total public complaints received and followed up; and 70
b.	b. Mekanisme pengaduan masyarakat serta jumlah pengaduan masyarakat yang diterima dan ditindaklanjuti; dan	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. 70
c.	c. TJSI yang dapat dikaitkan dengan dukungan pada tujuan pembangunan berkelanjutan meliputi jenis dan capaian kegiatan program pemberdayaan masyarakat.	
d.	d. Kinerja Lingkungan Hidup, paling sedikit memuat:	d. Environmental performance, at least contains: 1. Environmental cost spent; n/a
1.	1. Biaya Lingkungan Hidup yang dikeluarkan;	
2.	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 64
3.	3. Uraian mengenai penggunaan energi, paling sedikit memuat:	3. Explanation of energy consumption, at least contains: a. Total and intensity of energy consumed; and 64-65
a.	a. Jumlah dan intensitas energi yang digunakan; dan	b. Effort and achievement of energy efficiency implemented, including use of renewable energy. 68
b.	b. Upaya dan pencapaian efisiensi energi yang dilakukan termasuk penggunaan sumber energi terbarukan.	

No.	Uraian Description	Hal Page
e.	<p>e. Kinerja Lingkungan Hidup bagi Perusahaan yang proses bisnisnya berkaitan langsung dengan Lingkungan Hidup paling sedikit memuat:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kinerja sebagaimana dimaksud dalam huruf d;</li> <li>2. Informasi kegiatan atau wilayah operasional yang menghasilkan dampak positif dan dampak negatif terhadap Lingkungan Hidup sekitar terutama upaya peningkatan daya dukung ekosistem;</li> <li>3. Keanekaragaman hayati, paling sedikit memuat:           <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Dampak dari wilayah operasional yang dekat atau berada di daerah konservasi atau memiliki keanekaragaman hayati; dan</li> <li>b. Usaha konservasi keanekaragaman hayati yang dilakukan, mencakup perlindungan spesies flora atau fauna.</li> </ol> </li> </ol>	
4.	<p>4. Emisi, paling sedikit memuat:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Jumlah dan intensitas emisi yang dihasilkan berdasarkan jenisnya; dan</li> <li>b. Upaya dan pencapaian pengurangan emisi yang dilakukan.</li> </ol>	4. Emission, at least contains: a. Total and intensity of emission generated by type; and b. Efforts and achievements of emission reduction. 64-65
5.	<p>5. Limbah dan efluen, paling sedikit memuat:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Jumlah limbah dan efluen yang dihasilkan berdasarkan jenis;</li> <li>b. Mekanisme pengelolaan limbah dan efluen; dan</li> <li>c. Tumpahan yang terjadi (jika ada).</li> </ol>	5. Waste and effluent, at least contains: a. Total waste and effluent generated by type; 66
6.	<p>6. Jumlah dan materai pengaduan Lingkungan Hidup yang diterima dan diselesaikan.</p>	6. Total and subjects of environmental complaints received and settled. n/a 69
f.	<p>f. Tanggung jawab pengembangan Produk dan/ atau Jasa Keuangan Berkelanjutan, paling sedikit memuat:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Inovasi dan pengembangan Produk dan/atau Jasa Keuangan Berkelanjutan;</li> <li>2. Jumlah dan persentase produk dan jasa yang sudah dievaluasi keamanannya bagi pelanggan;</li> <li>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;</li> <li>4. Jumlah produk yang ditarik kembali dan alasannya; atau</li> <li>5. Survei kepuasan pelanggan terhadap Produk dan/atau Jasa Keuangan Berkelanjutan.</li> </ol>	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; 69 2. Total and percentage of products and services valued in terms of their safety to customers; 69 3. Positive and negative impacts as the result of Products and/or Services of Sustainable Finance and their distribution processss, and mitigation measures taken to control negative impact; 70 4. Number of products withdrawn along with the reason; or 70 5. Customer satisfaction survey of Products and/or Services of Sustainable Finance. 70
g.	<p>g. Kinerja Lingkungan Hidup bagi Perusahaan yang proses bisnisnya berkaitan langsung dengan Lingkungan Hidup paling sedikit memuat:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kinerja sebagaimana dimaksud dalam huruf d;</li> <li>2. Informasi kegiatan atau wilayah operasional yang menghasilkan dampak positif dan dampak negatif terhadap Lingkungan Hidup sekitar terutama upaya peningkatan daya dukung ekosistem;</li> </ol>	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. 53-54
7.	7. Verifikasi tertulis dari pihak independen, jika ada.	Written verification of independent party, if any. n/a

## 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
- Portofolio Produk  
Product Portfolio
- Pelatihan dan Pendidikan  
Training and Education
- Teknologi Informasi  
Information Technology

- Ketenagakerjaan  
Employment
- Penggunaan Energi  
Energy Consumption
- Kesetaraan Gender dan Kesempatan Kerja yang Adil / Gender Equality and Fair Job Opportunity
- Kesehatan dan Keselamatan Kerja  
Work Health and Safety

- Pengelolaan Limbah  
Waste Treatment
- Privasi Pelanggan  
Customer Privacy
- Anti Korupsi dan Anti-Fraud  
Anti-Corruption and Anti-Fraud
- 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
- Media / Media
- Nasabah / Customer
- Masyarakat / Public
- Pegawai / Employee
- Pemerintah / Government
- Distributor / Distributor
- 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:

**Heni Indrayati**  
Head of Corporate Planning  
Department  
Head of Corporate Planning  
Department

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>



**PT Uni-Charm Indonesia Tbk**

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>

